

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

RICARDO SABBAG ZIPPERER

**MÍDIA IMPRESSA E ELEIÇÕES: ENQUADRAMENTO NA REPORTAGEM  
POLÍTICA PARANAENSE. JORNALISTAS E A COBERTURA ELEITORAL DE  
2002 E 2004**

CURITIBA

2007

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

RICARDO SABBAG ZIPPERER

**MÍDIA IMPRESSA E ELEIÇÕES: ENQUADRAMENTO NA REPORTAGEM  
POLÍTICA PARANAENSE. JORNALISTAS E A COBERTURA ELEITORAL DE  
2002 E 2004**

Dissertação apresentada como requisito para  
obtenção do título de mestre em Sociologia pelo  
Programa de Pós-Graduação em Sociologia da  
Universidade Federal do Paraná.

**Orientador: Prof. Dr. Nelson Rosário de Souza**

CURITIBA

2007

Catálogo na publicação  
Mariluci Zanela – CRB 9/1233  
Biblioteca de Ciências Humanas e Educação - UFPR

Zipperer, Ricardo Sabbag

Mídia impressa e eleições: enquadramento na reportagem política paranaense: jornalistas e a cobertura eleitoral de 2002 e 2004 / Ricardo Sabbag Zipperer – Curitiba, 2007.  
74 f.; 29 cm.

Orientador: Nelson Rosário de Souza  
Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Setor de Ciências Humanas da Universidade Federal do Paraná.

1. Eleições - Paraná. 2. Mídia (Publicidade) – Eleições. 3. Jornalismo - Aspectos políticos. 4. Paraná - Política e governo. I. Título.

CDD 321.068162



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES  
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA  
Rua General Carneiro, 460 - 9º andar-sala 906 Fone e Fax: 3360-5173

## PARECER

A banca examinadora, instituída pelo colegiado do Programa de Pós-Graduação em Sociologia, do Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, da Universidade Federal do Paraná, após arguir o(a) mestrando(a) RICARDO SABBAG ZIPPERER, em relação ao seu trabalho de dissertação intitulado "MÍDIA IMPRESSA E ELEIÇÕES: ENQUADRAMENTO NA REPORTAGEM POLÍTICA PARANAENSE. JORNALISTAS E A COBERTURA ELEITORAL DE 2002 E 2004", é de parecer favorável à APROVAÇÃO do(a) acadêmico(a), habilitando-o(a) ao título de *Mestre* em Sociologia, linha de pesquisa "Sociedade e Política nas Democracias Contemporâneas" da área de concentração em CULTURA E PODER. Curitiba, 18 de setembro de 2007.

Drª Luciana Panke

Drª Luciana Fernandes Veiga

Dr. Nelson Rosário de Souza

Orientador e presidente da banca examinadora





UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES  
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA  
Rua General Carneiro, 460 - 9º andar-sala 906 Fone e Fax: 3360-5173

## ATA SESSÃO DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO

Ata da Sessão Pública, de exame de dissertação para obtenção do grau de **mestre** em Sociologia, área de concentração em Cultura e Poder.

Ao(s) dezoito dia(s) do mês de setembro de dois mil e sete, às quatorze horas, nas dependências do Curso de Pós-Graduação em Sociologia do Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Federal do Paraná, reuniu-se a banca examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Sociologia, composta pelos Professores Doutores Nelson Rosário de Souza (orientador e presidente da banca examinadora), Luciana Fernandes Veiga e Luciana Panke (Comunicação – UFPR), com a finalidade de julgar a dissertação do(a) candidato(a) RICARDO SABBAG ZIPPERER, intitulada "MÍDIA IMPRESSA E ELEIÇÕES: ENQUADRAMENTO NA REPORTAGEM POLÍTICA PARANAENSE. JORNALISTAS E A COBERTURA ELEITORAL DE 2002 E 2004", para obtenção do grau de mestre em Sociologia. O desenvolvimento dos trabalhos seguiu o roteiro de sessão de defesa estabelecido pela coordenação do curso, com abertura, condução e encerramento da sessão solene de defesa feitos pelo orientador Dr Nelson Rosário de Souza. Após haver analisado o referido trabalho e argüido o(a) candidato(a), os membros da banca examinadora deliberaram pela "APROVAÇÃO" do(a) mesmo(a), habilitando-o ao título de Mestre em Sociologia, linha de pesquisa "Sociedade e Política nas Democracias Contemporâneas" da área de concentração em CULTURA E PODER, desde que apresente a versão definitiva da dissertação conforme regimento interno do programa. Curitiba, 18 de setembro de 2007

Drª Luciana Panke

Drª Luciana Fernandes Veiga

Dr Nelson Rosário de Souza

Orientador e presidente da banca examinadora

*A Guida Fernanda,  
pelo absoluto apoio à realização  
deste trabalho, do ideal à conclusão.*

## **AGRADECIMENTOS**

Ao prof. Dr. Nelson Rosário de Souza, pela orientação; ao prof. Dr. Emerson Urizzi Cervi, pelos conselhos fundamentais ofertados em vários momentos deste trabalho; aos pesquisadores do Grupo de Pesquisa em Comunicação e Política da Universidade Federal do Paraná, pelo trabalho realizado sem o qual este não seria possível; à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, pelo benefício recebido.

## **RESUMO**

Partindo do conhecimento teórico acumulado no campo de pesquisa de comunicação e política no Brasil e tendo como base o levantamento sobre o padrão da cobertura eleitoral por jornais paranaenses realizado pelo Grupo de Pesquisa em Comunicação e Política da Universidade Federal do Paraná, esta pesquisa relaciona a visão de jornalistas envolvidos nas coberturas das campanhas eleitorais de 2002 e 2004 nos jornais Gazeta do Povo e Folha de Londrina sobre seu próprio trabalho aos dados que revelam o uso massivo do enquadramento episódico nos referidos períodos. Com o cruzamento dessas informações, verificou-se que a adoção por determinado tipo de enquadramento é resultado da cultura profissional do jornalista e de suas manifestações no ambiente da redação do jornal.

**PALAVRAS-CHAVE:** Mídia, Eleições, Cobertura, Enquadramento e Cultura Profissional.



## **ABSTRACT**

Supported by the theoretical knowledge on communication and political research in Brazil and based on a surveilled pattern of election coverage accomplished by the Federal University of Parana this research relates the view of journalists working for Gazeta do Povo and Folha de Londrina newspapers during the election campaigns of 2002 and 2004 regarding the massive use of the episodic framing back in that time. By cross checking these data it was clear that adopting these or that type of framing is a result of a professional culture of journalism and its manifestations in the newsroom environment.

**KEYWORDS:** Media, Elections, Coverage, Framing and Professional Culture.

## LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – VOLUME DE COBERTURA DOS JORNAIS EM 2000.....	35
TABELA 2 – VOLUME DE COBERTURA DE JORNAIS EM 2004.....	37
TABELA 3 – VOLUME DE COBERTURA DOS PRINCIPAIS CANDIDATOS NAS ELEIÇÕES MUNICIPAIS.....	37
TABELA 4 – FREQUÊNCIA DOS FORMATOS DE ENTRADAS NOS JORNAIS PARANAENSES (2002).....	39
TABELA 5 – FREQUÊNCIA DOS FORMATOS DE ENTRADA NOS JORNAIS NACIONAIS (2002).....	39
TABELA 6 – FORMATO DA COBERTURA DOS JORNAIS.....	40
TABELA 7 – TEMAS DAS MATÉRIAS (2000).....	41
TABELA 8 – TEMAS DAS MATÉRIAS (2002).....	42
TABELA 9 – TEMAS DAS MATÉRIAS (2004).....	42
TABELA 10 – ENQUADRAMENTOS TOTAIS (2002).....	44
TABELA 11 – ENQUADRAMENTOS TOTAIS (2004).....	45
TABELA 12 – ENQUADRAMENTOS POR JORNAL (2002).....	45
TABELA 13 – ENQUADRAMENTOS POR JORNAL (2004).....	46
TABELA 14 – ENQUADRAMENTOS POR CANDIDATO (2002) – ALVARO DIAS.	46
TABELA 15 – ENQUADRAMENTOS POR CANDIDATO (2002) – ROBERTO REQUIÃO.....	47
TABELA 16 – ENQUADRAMENTOS POR CANDIDATO (2004) – ANGELO VANHONI.....	47
TABELA 17 – ENQUADRAMENTOS POR CANDIDATO (2004) – BETO RICHÁ.....	48

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>12</b>
<b>2 TEORIAS CRUZADAS: COMUNICAÇÃO, SOCIOLOGIA DO EMISSOR E ENQUADRAMENTO.....</b>	<b>14</b>
2.1 TEORIAS DA COMUNICAÇÃO.....	14
2.2 A SOCIOLOGIA DOS EMISSORES.....	16
2.2.1 Os <i>gatekeepers</i> .....	17
2.2.2 A “distorção involuntária”.....	18
2.2.3 O <i>newsmaking</i> .....	19
2.3 O ENQUADRAMENTO.....	22
2.3.1 O <i>agenda-setting</i> .....	23
2.3.2 Do <i>agenda-setting</i> ao enquadramento.....	23
2.3.3 O enquadramento na pesquisa sobre comunicação e política no Brasil.....	26
2.3.3.1 Enquadramento temático ( <i>thematic frame</i> ).....	26
2.3.3.2 Enquadramento “corrida de cavalos” ( <i>horse race frame</i> ).....	26
2.3.3.3 Enquadramento centrado na personalidade.....	27
2.3.3.4 Enquadramento episódico.....	27
2.3.4 O enquadramento e a reportagem política.....	28
<b>3 ELEIÇÕES NO PARANÁ: HISTÓRICO, PADRÃO DE COBERTURA E ENQUADRAMENTO.....</b>	<b>30</b>
3.1 ASCENSÃO E CONSOLIDAÇÃO DO PT.....	30
3.2 OS TÉCNICOS URBANOS DO PDT.....	30
3.3 O SURGIMENTO DE NOVAS FORÇAS.....	32
3.4 O FIM DE UMA ERA.....	33
3.5 COBERTURA DAS ELEIÇÕES – DA PASMACEIRA À NOVIDADE.....	35
3.5.1 Cobertura influenciada pelo histórico.....	35
3.5.2 Um padrão diferente.....	38
3.5.3 Uma cobertura “opinativa”?.....	40
3.6 A CLASSIFICAÇÃO POR ENQUADRAMENTOS.....	43
<b>4 OS JORNALISTAS: CULTURA E SOCIALIZAÇÃO.....</b>	<b>50</b>
4.1 SEMELHANÇAS E DIFERENÇAS.....	50
4.2 AS EQUIPES DE REPORTAGEM DA GAZETA DO POVO E DA FOLHA DE LONDRINA.....	51
4.3 PAUTA E DIA-A-DIA.....	53

4.4 LINHA EDITORIAL: LIBERDADE OU RESTRIÇÃO?.....	57
4.5 OBJETIVOS, LEITOR E DEFINIÇÃO DE NOTÍCIA.....	63
<b>5 CONCLUSÃO.....</b>	<b>70</b>
<b>REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA.....</b>	<b>73</b>

## 1 INTRODUÇÃO

É impossível pensar a estrutura societária contemporânea sem nos debruçarmos sobre os efeitos dos meios de comunicação de massa. Desde que o conhecimento a respeito dos fatos que constroem o mundo deixou de ser presencial e passou a ser intermediado pelos veículos de comunicação, os aparatos ganharam inquestionável importância no que se refere ao entendimento do mundo em que vivemos.

Mas qual o lugar exato ocupado pela comunicação nessa sociedade? Muitos autores, entre eles Rubim (2000), afirmam a contemporaneidade como uma “sociedade estruturada e ambientada pela comunicação, verdadeira ‘Idade Mídia’<sup>1</sup>”.

Em um diálogo com o marxismo, a comunicação já foi assinalada como “superestrutural”, seja ligada a noções de ideologia ou aparelhos ideológicos, como sugere Gramsci, seja a aparelhos ideológicos do estado, como propõe Althusser. Em sua interpretação superestrutural, a comunicação supõe uma determinação da infra-estrutura, mesmo que condicione o social.

Porém, dada sua ligação intrínseca à realização e à reprodução do capitalismo, a comunicação reclama para si ser um componente “infra-estrutural”, visto que é estruturante da sociedade organizada “em moldes do capitalismo tardio” (RUBIM, 2000, p. 32).

A partir destas definições, a reflexão sobre o papel da comunicação torna-se ainda mais estimulante quando analisada frente à esfera política.

Se vivemos, como sugere Manin (1995), numa *democracia de público*, em que as decisões políticas são tomadas após debate (do ideário político confrontado com a opinião pública)<sup>2</sup>, os efeitos da comunicação midiaticizada são ainda mais relevantes, visto que implicam diretamente nos rumos tomados pela elite decisória de tais democracias.

Ao longo do tempo, as relações entre mídia e política deixaram de ser instrumentais – a mídia como mero instrumento da política. Com o advento da modernidade, a *representação* democrática torna-se suporte essencial para a existência da política. O papel da comunicação reafirma-se como indispensável às relações mediadas entre a esfera política e a população representada.

---

<sup>1</sup> Antônio Rubim elenca dez variáveis que devem ser verificadas ao se definir uma sociabilidade como Idade Mídia, entre elas, o “papel desempenhado pela comunicação midiaticizada como modo de experienciar e conhecer a vida, a realidade e o mundo”.

<sup>2</sup> Bernard Manin, no artigo “As metamorfoses do governo representativo”, aponta quatro princípios comuns aos tipos de governo representativo: os representantes são eleitos pelos governados; os representantes conservam uma independência parcial diante das preferências dos eleitores; a opinião pública sobre assuntos políticos pode se manifestar independentemente do controle do governo; e as decisões políticas são tomadas após debate.

No Brasil, foi apenas após a redemocratização, em 1989, que a área dos estudos entre comunicação e política se estabeleceu como linha de pesquisa sólida. Deste grupo de autores, boa parte (ALBUQUERQUE, ALDÉ, AZEVEDO, CHAIA, FIGUEIREDO, GOMES, NUNES, PORTO e RUBIM, entre diversos outros) se dedicou ao estudo da ação dos veículos de comunicação no período eleitoral, momento singular do processo político.

Investigaremos os constrangimentos que levam os jornalistas (*newsmakers*, em termos teóricos) a adotar certos tipos de enquadramento<sup>3</sup> (ENTMAN, 1994; PORTO, 2000) na confecção de reportagens em dois períodos eleitorais distintos: as eleições estaduais de 2002 e as municipais de 2004. Para tanto, a pesquisa se valerá do levantamento já realizado pelo Grupo de Pesquisa em Comunicação e Política da Universidade Federal do Paraná sobre a classificação dos enquadramentos em jornais paranaenses e realizará, ainda, grupos focais com jornalistas responsáveis pela editoria de política nos referidos períodos eleitorais dos jornais Gazeta do Povo e Folha de Londrina, os dois mais importantes do estado.

Como se verá a seguir, este trabalho parte da hipótese de que constrangimentos internos ao trabalho dentro da redação é que determinam o uso massivo de um tipo de enquadramento.

Esta pesquisa será dividida em três capítulos: o primeiro se dedicará a uma revisão bibliográfica sobre os estudos da teoria da comunicação, sobre a sociologia dos emissores e o marco teórico que conceitua o enquadramento. O segundo capítulo se dedicará a fazer uma contextualização das eleições e da imprensa paranaense nos dois referidos momentos históricos e mostrará o levantamento dos tipos de enquadramento encontrados na reportagem dos dois períodos. Na terceira parte, a pesquisa incidirá sobre o método e os resultados obtidos com os grupos focais com os *newsmakers* paranaenses, indicando, a partir do cruzamento de suas respostas com o referencial teórico, de que modo seu comportamento interfere no resultado dos enquadramentos, e como sua visão sobre a política editorial dos veículos em questão é marcada por sua cultura profissional. Finalmente, a conclusão deverá tecer considerações, dados os resultados encontrados entre o cruzamento dos dados obtidos nos grupos focais com os números sobre o enquadramento, a respeito de como se dá e que tipo de constrangimentos afetam os jornalistas durante a confecção do material noticioso.

---

<sup>3</sup> Enquadramento é o enfoque do texto, a maneira como uma determinada situação é apresentada ao leitor, resultado da seleção de dados feita pelo jornalista. Este conceito será detalhado mais adiante.



## 2 TEORIAS CRUZADAS: COMUNICAÇÃO, SOCIOLOGIA DO EMISSOR E ENQUADRAMENTO

### 2.1 TEORIAS DA COMUNICAÇÃO

Os estudos sobre os efeitos da comunicação de massa iniciam-se na década de 1920, com o que se convencionou chamar de “teoria hipodérmica”, ou *bullet theory*. Ela é inspirada no modelo de teoria da ação elaborado pela psicologia *behaviorista*. Tal teoria sustentava “uma conexão direta entre a exposição às mensagens e o comportamento: se uma pessoa é atingida pela propaganda, pode ser controlada, manipulada, induzida a agir” (WOLF, 2005, p. 10). A teoria hipodérmica acentuou a simplicidade do modelo Estímulo → Resposta. “Estímulos que não produzem respostas não são estímulos. E uma resposta deve necessariamente ter sido estimulada. Uma resposta não estimulada é como um efeito sem causa” (LUND, 1933, p. 35). A grande contribuição desse modelo, que logo veio a ser superado, foi ter pressuposto, desde aquele momento, uma sociedade de massas, embora visse o isolamento de cada indivíduo dentro da massa como pré-requisito para seu funcionamento.

Lasswell, que havia escrito obras sob a luz da teoria hipodérmica, propõe, em 1948, um modelo que acaba por superar a *bullet theory*, a despeito de seu sucesso nos anos 1930. Ele o aplica como um paradigma para a análise sociopolítica: “Um modo apropriado de descrever um ato de comunicação é responder às seguintes perguntas: quem diz o quê, por qual canal, a quem, com qual efeito? O estudo científico do processo de comunicação tende a se concentrar numa ou noutra dessas interrogações” (LASSWELL, 1948, p. 84, apud WOLF, 2005, p. 12).

A fórmula, desenvolvida a partir da tradição de pesquisa da teoria hipodérmica, confirma a tese de que a iniciativa seja exclusivamente do comunicador, e de que os efeitos se dêem exclusivamente sobre o público. Até esse momento, “as relações informais interpessoais eram consideradas irrelevantes para as instituições da sociedade moderna” (KATZ, 1969, p. 113).

Em pouco tempo, entretanto, a teoria hipodérmica e sua natural evolução, o modelo lasswelliano, foram superados em três direções distintas, mas sobrepostas: a primeira, das abordagens empíricas do tipo psicológico-experimental, a segunda de tipo sociológico e a terceira representada pela abordagem funcional.

Os três modelos representam uma evolução não-linear da pesquisa em comunicação, mas nos interessa centrar a atenção no tipo descrito pela segunda direção, o da chamada teoria da abordagem empírica em campo ou “dos efeitos limitados”. Não somente porque este novo

modelo segue uma orientação nitidamente sociológica, como também porque é com base nele que as teorias mais recentes da comunicação, a qual esta pesquisa mostrará maiores afinidades, são baseadas.

A teoria dos efeitos limitados da mídia marcou de forma mais relevante a história da pesquisa em comunicação (WOLF, 2005, p. 32). Enquanto os modelos hipodérmicos falavam de persuasão, esta teoria fala de influência. Influência essa não exercida apenas pela mídia, mas também da *fluência* dos relacionamentos comunitários, quais a influência das comunicações de massa não é nada além de um componente.

Os trabalhos mais significativos da área estudam fenômenos sociais amplos, como a dinâmica dos processos de formação das opiniões políticas. Seu cerne está no fato de unir os processos de comunicação de massa às características do contexto social em que eles se realizam. Das correntes de inspiração sociológico-empírica da teoria dos efeitos limitados, a mais importante compreende as pesquisas a respeito da mediação social que caracteriza o consumo de comunicação de massa.

Esse tipo de estudo aproxima-se mais dos processos e fenômenos de comunicação socialmente vinculados. Para compreender as comunicações de massa é necessário *focalizar a atenção no âmbito social mais amplo* em que elas agem e de que fazem parte. A eficácia dos meios de comunicação de massa pode ser analisada *apenas* dentro do contexto social em que estes agem. Sua influência deriva mais das características do sistema social a eles circunstante do que do conteúdo que difundem (WOLF, 2005, p. 33).

Dos estudos realizados no âmbito da teoria dos efeitos limitados, o principal é *The people's choice. How the voter makes up his mind in a presidential campaign*, de Lazarsfeld, Berelson e Gaudet, 1944. O trabalho trouxe à tona a figura dos “líderes de opinião” e do fluxo de comunicação em dois níveis, o chamado *two-step flow*. Enquanto os modelos hipodérmicos apontavam para uma relação direta entre a mensagem emitida pelos meios de comunicação de massa e os indivíduos isolados, o fluxo de comunicação em dois níveis parte do princípio de que há uma mediação entre os meios e os membros de grupos sociais feita pelo líder de opinião, que é quem retransmite as mensagens.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> É importante notar que, apesar dos modelos teóricos acima descritos serem direcionados a uma teoria geral da comunicação, são eles que iluminam os modelos teóricos contemporâneos da comunicação, que contemplam mais objetivamente o foco deste estudo. É com base no modelo do *two-step flow*, por exemplo, que McCombs e Shaw formatarão, alguns anos mais tarde, e como veremos em breve, a hipótese do *agenda-setting*, que configurará todo o posterior estudo sobre os efeitos da comunicação na sociedade. A partir da hipótese inicial do *agenda-setting*, a teoria da comunicação converge para um mesmo ponto, abordando temas como constrangimento organizacional, rotinas instituídas, peso do fator econômico, entre outros, que dizem respeito diretamente a este trabalho.

Dentro da mesma vertente sociológica, a teoria funcionalista da comunicação de massa também adquiriu importância histórica ao voltar-se não mais sobre os efeitos da comunicação, mas às funções desenvolvidas por ela no seio da sociedade. O modelo funcionalista intende definir a problemática da mídia a partir do ponto de vista da sociedade e do seu equilíbrio, da possibilidade do funcionamento total do sistema social e da contribuição que os seus componentes (inclusive os próprios meios de comunicação de massa) lhe trazem. O interesse passa a ser, então, pela dinâmica do sistema social e pela função que as comunicações de massa nela desenvolvem. O modelo salienta a *ação social*, e não o comportamento, na sua aderência aos modelos de valor interiorizados e institucionalizados (WOLF, 2005, p. 53).

Como se vê, em se tratando do campo dos estudos da comunicação de massa, a teoria sociológica e da comunicação sempre estiveram entremeadas, embora nem sempre tenham evoluído no mesmo ritmo. A superação disciplinar entre as duas só ocorreu recentemente (início dos anos 80) com o advento da sociologia dos emissores, que estuda os emissores e os processos de produção da mídia. No próximo item veremos mais a respeito do assunto.

## 2.2 A SOCIOLOGIA DOS EMISSORES

Uma das mais importantes contribuições científicas da sociologia dos emissores foi ter desidealizado o debate sobre as comunicações de massa, eliminando os pressupostos de manipulação objetiva da informação, em favor do resultado com base em análises empíricas. Trata-se de uma área de estudos que concerne especificamente aos produtores da notícia, e não mais nos efeitos sentidos pelo público. Tais estudos marcam a transição das pesquisas sobre a manipulação explícita da informação para o problema da “distorção involuntária” (*unwitting bias*) – como se virá a seguir – que se produz constantemente na cobertura informativa.

Ao contrário do desenvolvimento das pesquisas exclusivas sobre a comunicação, que formam “um conjunto de perspectivas recíprocas para ‘dominar o campo’” (GOLDING, MURDOCK, 1978, apud WOLF, 2005, p. 182), representando um desenvolvimento não-linear, os estudos sobre os emissores tiveram um andamento progressivo em direção a conhecimentos mais articulados (WOLF, 2005), p. 182.

Wolf relata que são duas as abordagens que caracterizam os estudos sobre o emissor: uma, ligada à sociologia das profissões, que estudou os emissores do ponto de vista de suas características socioculturais. A segunda, analisa a lógica dos processos com que é produzida a comunicação de massa e o tipo de organização do trabalho dentro do qual se realiza a “construção das imagens” (WOLF, 2005, p. 183).

Lembrando que esta pesquisa parte da hipótese de que são os constrangimentos internos à lógica de produção das redações jornalísticas que levam os profissionais a optarem por determinados modos de se relatar as notícias, cabe assinalar que esta pesquisa se deterá com maior profundidade no segundo tipo de abordagem descrito por Wolf, que é o ramo científico qual esta pesquisa será filiada, que parte do conceito de *gatekeepers* (LEWIN, BREED) para chegar ao dos *newsmakers* (TUCHMAN, GARBARINO). Ambos os conceitos operam sob a mesma lógica, como se verá a seguir.

### 2.2.1 Os *gatekeepers*

Kurt Lewin elaborou o conceito de *gatekeeper* (selecionador, guardião de cancela) em 1947, num estudo sobre as dinâmicas interativas nos grupos sociais. Ao identificar os canais nos quais fluem a seqüência de comportamentos relativos a um certo campo, Lewin observa que algumas zonas dos canais podem funcionar como “cancela” ou “porteiro”. As zonas-filtro são controladas ou por sistemas objetivos de regras ou por *gatekeepers*: nesse caso, um indivíduo ou um grupo tem “o poder de decidir se deixa passar ou interrompe a informação” (LEWIN, 1947, p. 145).

Ao utilizar esse conceito durante uma análise do desenvolvimento do fluxo de notícias dos canais organizacionais dos veículos de comunicação para definir os pontos que funcionam como “cancela”, White (1950) demonstrou que, embora os motivos com base nos quais o selecionador efetua suas próprias escolhas possam parecer fortemente subjetivos, “normas profissionais excedem a distorção subjetiva que concerne às explicações relatadas” (HIRSCH, 1977, p. 22). Essa hipótese foi confirmada por pesquisas posteriores da área, que afirmam que *normas ocupacionais, profissionais e organizacionais parecem mais fortes do que as preferências pessoais* no que diz respeito à seleção e filtro das notícias: “As decisões do *gatekeeper* são realizadas menos numa base de avaliação individual de noticiabilidade do que em relação a um conjunto de valores que incluem critérios tanto profissionais quanto organizacionais, como a eficiência, a produção de notícias, a velocidade” (ROBINSON, 1981, p. 97).

Warren Breed, num clássico artigo de 1955 (*Social control in the newsroom*), identificou com mais precisão a influência do contexto profissional-organizacional-burocrático nas decisões dos *gatekeepers*. Analisando os mecanismos com os quais é mantida a linha editorial-política dos jornais, Breed afirma que ela, raramente explicitada ou discutida, é aprendida por “osmose” e imposta sobretudo mediante o processo de socialização dos

jornalistas dentro da redação. A principal fonte de expectativas, orientações e valores profissionais não é o público, mas o grupo de referência, constituído por colegas ou superiores.

Breed aponta seis motivos que induzem aos *gatekeepers* conformidade à orientação do jornal: (i) a autoridade institucional e as sanções, (ii) os sentimentos de obrigação e estima em relação aos superiores, (iii) as aspirações à mobilidade profissional, (iv) a ausência de fidelidade de grupo contrária, (v) a natureza agradável do trabalho e (vi) o fato de que a notícia tornou-se um valor. Esses fatores agem em conjunto incrementando a formação e a função do grupo de referência. O resultado é que o jornalista, na sua atividade cotidiana, “em vez de aderir a ideais sociais e profissionais, redefine os próprios valores no nível mais pragmático do grupo redacional” (BREED, 1955).

Para a sociedade como um todo, o sistema de relações de poder existente é mantido. A orientação normalmente protege interesses de propriedade e de classe, assim como os grupos e estratos que mantêm esses interesses são mais capazes de mantê-los. Para a maior parte da comunidade, muitas das notícias são impressas objetivamente, permitindo à opinião que se forme abertamente, mas as orientações redacionais podem ser inclinadas ou enterradas para que alguma informação importante seja negada aos cidadãos. (...) Qualquer mudança importante em direção a uma imprensa mais livre e responsável deve opor-se às várias possibilidades de pressão do editor, que sintetiza as orientações e o papel coordenador (BREED, 1955, p. 335)<sup>5</sup>.

Estudos como os de Breed salientaram a necessidade de se integrar a análise da função de *gatekeepers* à do total de funções produtivas e da organização burocrática, da qual esse total faz parte.

### 2.2.2 A “distorção involuntária”

Ao passo que a pesquisa sobre os emissores incide no interesse sobre as condições cotidianas em que age a organização jornalística, é evidenciado um tipo de “deformação” nos conteúdos informativos, que não tem a ver com violações da conduta e autonomia profissional, mas ao *modo* em que a profissão do jornalista é organizada, institucionalizada e desempenhada. Estudos relativamente recentes desse tipo, especialmente os de Golding e Elliot, de 1979, comparam a imagem da realidade social, fornecida pela mídia, com a organização e a produção rotineira dos veículos jornalísticos.

[Ocorre um distanciamento] do conceito de ‘manipulação’ (*bias*), [entendida como] a distorção deliberada das notícias com fins políticos ou pessoais, conceito que regularmente limita a perspectiva dos que criticam a mídia, para as distorções voluntárias e a curto prazo. (...) [O tipo de pesquisa apresentada] destina-se a ilustrar

<sup>5</sup> Texto disponível em <http://www.infoamerica.org/teoria/articulos/Warren%20Breed.htm>. Acesso em 14/10/05.

*como o profissionalismo, com seus valores e suas rotinas, acrescenta por si só restrições importantes a respeito da informação produzida* (grifo meu) (GOLDING, ELLIOT, 1979, p. 12; apud WOLF, 2005, p.189).

Nesse cenário, autonomia profissional e distorção na informação surgem como dois lados da mesma moeda, uma vez que essa distorção está ligada às práticas profissionais, às rotinas de produção normais, aos valores compartilhados e interiorizados sobre as modalidades de desempenhar o ofício de informar.

Para Wolf (2005), os vínculos entre essa abordagem da sociologia dos emissores e algumas outras tendências da *communication research* parecem mais claros e profícuos. A sociologia do conhecimento e os estudos sobre os fenômenos culturais englobam essa tendência de pesquisa: “Dos meios de comunicação de massa – que constituem um núcleo central da produção simbólica nas sociedades atuais –, é necessário conhecer não apenas os sistemas de valores, de representações, de imaginário coletivo que eles propõem, mas também o modo, os processos, as restrições e as limitações com que se realizam”. Esse tipo de pesquisa leva em consideração tanto os fatores organizacionais, burocráticos, ligados à estruturação dos processos de produção, como os elementos mais específicos da comunicação, ou seja, intrínsecos à “matéria-prima” trabalhada.

A atenção simultânea em relação a ambos os elementos revela um bom resultado em alguns estudos que Golding e Elliot indicam como exemplares da fase intermediária da passagem do *gatekeeping* ao *newsmaking*. (...) Tais trabalhos evidenciam a existência de uma lógica específica da mídia (ligada às suas exigências de produção, de expressão, à rede de fontes que usam, às imagens que tem do público etc.), que estrutura de modo muito incisivo a imagem dos acontecimentos cobertos. (...) As exigências de organização e de estrutura e as características técnico-expressivas, próprias de cada meio de comunicação de massa, são elementos cruciais para determinar a representação da realidade social fornecida pela mídia (WOLF, 2005, p. 190).

Dialogando com Wolf, Rubim (RUBIM, 2000, p. 102) afirma que os “efeitos de mídia” podem ser construídos pelo acionamento de uma diversidade de dispositivos de produção de sentidos. Dentre eles, destacam-se recorrências à espetacularização, *adequações às gramáticas telecomunicacionais, aproximações às lógicas midiáticas de representação da realidade-mundo, investimentos em critérios de noticiabilidade* (grifo meu), radicalização de contrastes inscritos na realidade. Eles se inserem, em verdade, nas novas estratégias político-midiatizadas inerentes à política contemporânea.

### 2.2.3 O *newsmaking*



Conforme apontaram os estudos ulteriores sobre o *gatekeeping*, o *newsmaking* se articula igualmente em duas direções: a cultura profissional dos jornalistas e a organização do trabalho e dos processos de produção.

Gaye Tuchman postula o seguinte:

[um meio de informação] deve reduzir todos os fenômenos a *classificações* construídas para esse fim. (...) Essas exigências ligadas à superabundância de acontecimentos indicam que os veículos de informação, com o objetivo de produzir notícias, devem satisfazer (entre outras coisas) três tarefas [inter-relacionadas]: (1) tornar possível o reconhecimento de um evento (inclusive dos excepcionais) como evento noticiável; (2) elaborar *modos de relatar os eventos*<sup>6</sup>, que não levem em conta a pretensão de cada acontecimento de ser uma exposição idiossincrática; e (3) organizar o trabalho temporal e espacialmente de maneira tal que os eventos noticiáveis possam afluir e ser trabalhados de modo planificado (TUCHMAN, 1977, p. 45).

Assim, podemos identificar, de um lado, a *cultura profissional*, entendida como:

um emaranhado inextricável de retóricas de fachada e astúcias táticas, de códigos, estereótipos, símbolos, padronizações latentes, representações de papéis, rituais e convenções, relativos às funções da mídia e do jornalista na sociedade, à concepção do produto-notícia e às modalidades que controlam a sua confecção. Posteriormente, a ideologia se traduz numa série de paradigmas e práticas profissionais adotadas como naturais (GARBARINO, 1982, p. 10; apud WOLF, 2005, p. 195).

Para Pierre Bourdieu (1997), não é possível compreender porque é que as notícias são como são sem uma compreensão dos profissionais que são os “agentes especializados” do campo jornalístico. Bourdieu defende que a prática jornalística é baseada numa “série de assunções e crenças partilhadas” e que os jornalistas partilham “estruturas cognitivas, perceptivas e avaliativas”.

Segundo Bourdieu, o jornalismo é um microcosmos e os jornalistas partilham “estruturas invisíveis que organizam a percepção e determinam o que vemos e não vemos”. “Os jornalistas têm ‘óculos’ especiais através das quais vêem certas coisas e não outras; evêem de certa maneira as coisas que vêem” (BOURDIEU, 1997, p. 25).

Já de outro lado, há as restrições ligadas à *organização do trabalho* sobre as quais se constroem convenções profissionais “que determinam a definição de notícia, legitimam o processo de produção (do uso de fontes à seleção dos eventos, às modalidades de confecção) e contribuem para prevenir as críticas do público” (GARBARINO, 1982, p. 12). Determina-se,

---

<sup>6</sup> Esses *modos de relatar os eventos* podem ser identificados como o que alguns autores denominarão de *enquadramento*. Veremos mais tarde mais detalhes sobre esse conceito.

assim, um conjunto de critérios de relevância, que definem a *noticiabilidade* (*newsworthiness*) de cada evento, ou seja, sua “aptidão” para ser transformado em notícia<sup>7</sup>.

Para Traquina (2005), os critérios de noticiabilidade provocam uma previsibilidade do esquema geral das notícias.

Podemos definir o conceito de noticiabilidade como o conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, possuir valor como notícia. Os critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é suscetível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável e, por isso, possuindo ‘valor-notícia’ (*newsworthiness*) (TRAQUINA, 2005, p. 63).

Wolf define, por sua conta, noticiabilidade como o conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os aparatos de informação enfrentam a tarefa de escolher cotidianamente, de um número imprevisível de acontecimentos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias. “A noticiabilidade é constituída pelo complexo de requisitos que se exigem para os eventos – do ponto de vista da estrutura do trabalho nos aparatos informativos e do ponto de vista do profissionalismo dos jornalistas –, para adquirir a existência pública de notícia”. Ela é, portanto, estreitamente ligada aos processos que padronizam e tornam rotineiras as práticas de produção.

Para Altheide (1976, p. 113), “notícias são o que os jornalistas definem como tais”. Nessa perspectiva, torna-se notícia o que, tornado pertinente pela cultura profissional dos jornalistas, é suscetível de ser “trabalhado” pelo veículo sem muitas alterações e subversões do ciclo de produção normal.

Noticiabilidade é, então, um elemento de distorção involuntária (WOLF, 2005, p. 199).

É possível apresentar o campo teórico dos estudos sobre os meios de comunicação de massa como marcado por uma divisão entre duas abordagens. A primeira delas enfatiza as ideologias e interesses que envolvem os atores midiáticos como os fatores que melhor explicam o padrão da notícia. A segunda considera que processos internos à produção da notícia, como: a formação dos jornalistas, as características culturais do campo jornalístico, enfim, a interferência de regras e critérios implícitos e não intencionais na definição do que é noticiável, constituem um conjunto de fenômenos capaz de explicar o padrão da notícia e seus efeitos de persuasão sobre a audiência (CERVI; SOUZA, 2005, p. 2-3).

---

<sup>7</sup> Para o teórico do jornalismo Mário Erbolato (2004), os critérios mais comuns como definidores de uma notícia são: raridade, exclusividade, proximidade, interesse humano e veracidade. Ou seja, para poder virar notícia, um fato social precisa conter as características citadas acima como ponto de partida. A partir daí esse fato passa a sofrer a influência dos diversos outros fatores não puramente técnicos, pois é preciso considerar a possibilidade de influências ideológicas inerentes a qualquer processo de seleção humana.

Magistretti (1981) concorda com as acepções descritas acima, afirmando que “o produto informativo parece ser o resultado de uma série de negociações, orientadas pragmaticamente, que têm por objeto o que deve ser inserido e *de que modo* deve ser inserido no jornal, no noticiário ou no telejornal. Essas negociações são realizadas pelos jornalistas em função de fatores com diferentes graus de importância e de rigidez, e ocorrem em momentos diversos do processo de produção”.

Esse tipo de negociação encontra reflexo na teoria quando ela atenta para os valores-notícia, o “prisma” (PATTERSON, 1997, p. 449-450) pelo qual a comunidade jornalística enxerga a realidade, ou os “óculos” citados por Bourdieu. Para Traquina, os valores-notícia são um elemento central da cultura jornalística e constituem referências claras e disponíveis a conhecimentos práticos sobre a natureza e os objetos da notícia.

Um ponto fulcral em relação à problemática dos valores-notícia é a distinção entre o valores-notícia de seleção e os valores-notícia de construção. Wolf (2005) aponta que os valores-notícia estão presentes ao longo de todo o processo de produção jornalística, ou seja, no processo de seleção dos acontecimentos e no processo de elaboração da notícia, isto é, no processo total de construção da notícia. Assim, Wolf estabelece a distinção entre os valores-notícia de seleção e os valores-notícia de construção.

Os valores-notícia de construção são qualidade da sua construção como notícia e funcionam como linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser realçado, o que deve ser omitido, o que deve ser prioritário na construção do acontecimento como notícia. A análise dessa categoria de valores é que será realizada por esta pesquisa, verificando quais valores-notícia de construção são preponderantes no momento de confecção das notícias políticas.

O *modo* como os objetos suscetíveis de serem transformados em notícia são tratados – os valores-notícia de construção – leva ao próximo ponto teórico discutido por essa pesquisa, que é o de *enquadramento*.

## 2.3 O ENQUADRAMENTO

Antes de entrarmos propriamente na definição do conceito de enquadramento, convém tecer alguns comentários sobre a idéia que Colling (2001)<sup>8</sup> classifica como predecessora do enquadramento, o *agenda-setting*.

---

<sup>8</sup> No artigo *Agenda-setting e framing: reafirmando os efeitos limitados*, Leandro Colling procura demonstrar que o conceito de enquadramento (*framing*) é herdeiro do *agenda-setting*, e que o agendamento não contesta o

### 2.3.1 O *agenda-setting*

As hipóteses do *agenda-setting*, ou simplesmente agendamento, foram fundadas por Maxwell McCombs e Donald L. Shaw em 1972 no artigo *The agenda-setting function of mass media*. McCombs e Shaw foram diretamente influenciados por Walter Lippman, autor do livro *Public opinion*, de 1922. Tais hipóteses fazem parte dos estudos norte-americanos em comunicação, pertencentes ao paradigma funcionalista, cujas pesquisas objetivam analisar e detectar as funções dos meios e os efeitos causados sobre a audiência. A definição dada por Shaw é, textualmente, a seguinte: “As pessoas agendam seus assuntos e suas conversas em função do que a mídia veicula. É o que sustenta a hipótese” (SHAW, 1972, apud COLLING, 2001, p. 92). Para Shaw, o pressuposto fundamental do *agenda-setting* é que a compreensão que as pessoas têm de grande parte da realidade social lhes é fornecida, por empréstimo, pela mídia. Para Miguel (2004), “[a mídia] é o principal responsável pela produção de agenda pública pois a pauta das questões relevantes é em grande parte condicionada pela visibilidade de cada questão nos meios de comunicação, ou seja, a mídia possui a capacidade de formular as preocupações públicas”.

### 2.3.2 Do *agenda-setting* ao enquadramento

O próprio McCombs escreveu, em 1993, o seguinte:

*Agenda-setting* é considerada mais do que a clássica asserção de que as notícias nos dizem sobre o que pensar. As notícias igualmente nos dizem como pensar acerca disso. A seleção de objetos para a atenção e a seleção dos *enquadres* (grifo meu) pensados acerca destes objetos são o ponto forte do papel do *agenda-setting* (MCCOMBS, 1993, p. 62).

Ou seja: mesmo que se parta do pressuposto de que a mídia agende os fatos de interesse da população<sup>9</sup>, há mais por trás do conceito do que sua definição mais sintética sugere.

---

paradigma dos efeitos limitados, conforme as descobertas de Lazarsfeld e contra a argumentação de Traquina e outros.

<sup>9</sup> Funkhouser, em um estudo publicado em 1973 sobre as relações entre os acontecimentos e as posturas da década de 1960, descobriu que existia uma correspondência substancial entre a opinião pública e a cobertura das notícias, mas também que existe uma escassa correspondência em alguns dos temas publicados na imprensa com os indicadores estatísticos da realidade. Em outras palavras, a importância quantitativa das informações fornecidas pelos meios não corresponde, necessariamente, à importância real dos acontecimentos (apud Colling, 2001).

Os mais recentes estudos têm concluído que a mídia não tem apenas o poder de nos oferecer o leque de assuntos pelos quais iremos nos preocupar e conversar, mas também como devemos pensar os temas existentes na agenda da mídia. Os pesquisadores têm explicado isso através do conceito de *framing*, ou enquadramento (COLLING, 2001, p. 94).

Katz, nomeando essa corrente de pesquisadores de *paradigma crítico*, detectou que estes trabalhos são os principais herdeiros de McCombs, como o próprio também admitiu.

Porto (2004) alerta para o fato de que ainda não existe uma definição consensual sobre o que sejam os enquadramentos da mídia. A idéia do enquadre surgiu inicialmente na obra de Erving Goffman, *Frame analysis*, de 1974. Foi o sociólogo canadense quem desenvolveu a primeira articulação teórica mais sistemática do enquadramento, aplicando-o à análise das interações sociais. Goffman (1974) define enquadramentos como os princípios de organização que governam os eventos sociais e nosso envolvimento nesses efeitos. Tratam-se de marcos interpretativos mais gerais, construídos socialmente, que permitem às pessoas dar sentido aos eventos e às situações sociais.

A preocupação de Goffman é com o enquadramento feito pela audiência. Para entender o processo, diz ele, é preciso invocar o “esquema de interpretação” que permite aos indivíduos “localizar, perceber, identificar e etiquetar” as informações ao seu redor. Estudos da psicologia cognitiva (KAHNEMAN, TVERSKY) também fizeram uso do conceito de enquadramento, demonstrando que as pessoas freqüentemente decidem de acordo com a forma como os temas são enquadrados.

No campo da comunicação, quem aplicou pela primeira vez o conceito de forma mais relevante foi a socióloga Gaye Tuchman, em *Making news*, de 1978. Baseada no enfoque de Goffman, ela argumenta que as notícias “impõem um enquadramento que define e constrói a realidade”.

Mas foi Todd Gitlin quem apresentou a primeira definição mais clara e sistemática do conceito de enquadramento:

Os enquadramentos da mídia organizam o mundo tanto para os jornalistas que escrevem relatos sobre ele como também, em um grau importante, para nós que recorremos às suas notícias. Enquadramentos da mídia são padrões persistentes de cognição, interpretação e apresentação, de seleção, ênfase e exclusão, através dos quais os manipuladores de símbolos organizam o discurso, seja verbal ou visual, de forma rotineira (GITLIN, 1980, p. 7).

A partir dessa definição, enquadramentos são entendidos como recursos que organizam o discurso através de práticas específicas (seleção, ênfase, exclusão) e que acabam por construir uma determinada interpretação dos fatos.

O grupo de pesquisadores liderado por Gamson tem argumentado que todo tema político tem uma cultura, ou seja, um discurso que se modifica no decorrer do tempo e que apresenta interpretações e significados sobre os fatos relevantes. Na maioria desses temas, existem “pacotes interpretativos” que competem entre si. No centro de cada pacote está o enquadramento, definido como “uma idéia central organizadora”, que atribui significados específicos aos eventos, tecendo uma conexão entre eles e definindo o caráter das controvérsias políticas.

Robert Entman, autor do artigo *Framing: Toward clarification of a fractured paradigm*, de 1993, pode ser considerado um dos maiores estudiosos do enquadramento. Ele afirma que o poder do *agenda-setting* está entre a distinção sobre *quais* assuntos se pensa e o que se pensa *sobre* determinada coisa ou assunto. Ele defende que “o conceito do enquadramento constantemente oferece uma forma de descrever o poder de um texto comunicativo. Análises de enquadres iluminam a *forma precisa* qual a influência sobre uma consciência humana é exortada pelo transferidor (ou comunicação) de informação de um local – como um discurso, declaração, reportagem noticiosa ou romance – para aquela consciência” (ENTMAN, 1993, p. 1-8; apud COLLING, 2001, p. 95.). No mesmo texto, diz que com o enquadramento é possível atuar politicamente, definir problemas, diagnosticar causas, fazer um julgamento moral e sugerir remediações.

O enquadramento envolve essencialmente seleção e saliência. Enquadrar significa selecionar alguns aspectos de uma realidade percebida e fazê-los mais salientes em um texto comunicativo, de forma a promover uma definição particular do problema, uma interpretação causal, uma avaliação moral e/ou uma recomendação de tratamento para o item descrito (ENTMAN, 1994, p. 294).

Da mesma forma, Entman afirma que, através do enquadramento, é possível verificar *quem tem poder* no texto comunicativo, porque consegue-se chegar nas origens da mensagem, na verdadeira autoria da informação.

Esse poder é o de como pensar o mundo e o *framing* passa a ser uma ferramenta empregada por aqueles que têm poder para transmitir o seu jeito de pensar para os demais. O *framing*, de um modo geral, é como temos que pensar os temas já estabelecidos pela agenda (COLLING, 2001, p. 95).



Enquadres, diz Entman (1991, apud COLLING, 2001, p. 95), são construídos e personificados nas palavras-chave, metáforas, conceitos, símbolos e imagens visuais enfatizadas na notícia narrada. O enquadre pode ser detectado pela sondagem de palavras em particular e em imagens visuais que aparecem insistentemente na narrativa.

Para o pesquisador, a noção do enquadramento implica que se tenha um efeito comum e uma larga faixa de receptores. Entretanto, ele não tem um efeito universal em todos. Os membros do público são teoricamente livres para tirar seu próprio significado das mensagens da mídia. No fim, a hipótese de Entman é de que, quando um simples enquadre domina inteiramente a narrativa, politicamente uma expressiva maioria deverá chegar a ter o mesmo entendimento sobre o assunto noticiado.

### 2.3.3 O enquadramento na pesquisa sobre comunicação e política no Brasil

Com o objetivo de sistematizar a análise a ser realizada e se valendo do conhecimento acumulado pela pesquisa científica em comunicação e política no Brasil, esta dissertação lança mão dos quatro tipos de enquadramentos identificados por Mauro Porto em seu trabalho sobre o comportamento da mídia brasileira nas eleições norte-americanas de 2000 (PORTO, 2001). A mesma classificação foi utilizada por Pendiuk (2005) e pelos pesquisadores do Grupo de Pesquisa em Comunicação e Política da UFPR no levantamento sobre os enquadres encontrados na reportagem política da mídia paranaense. Porto descreve os enquadramentos da seguinte maneira:

#### 2.3.3.1 Enquadramento temático (*thematic frame*)

O termo “enquadramento temático” designa os padrões interpretativos que enfatizam as posições e propostas dos candidatos sobre os aspectos substantivos da campanha. A ênfase das notícias que adotam este ponto de vista está nas plataformas e programas representados pelos diferentes candidatos. Em períodos não-eleitorais, o enquadramento temático tem sido definido em termos de um tipo de noticiário que situa os assuntos públicos em contextos mais gerais e abstratos, o que geralmente exige um tipo de jornalismo mais interpretativo e analítico (IYENGAR, 1991, p. 14; apud PORTO, 2001, p. 3).

#### 2.3.3.2 Enquadramento “corrida de cavalos” (*horse race frame*)

Este enquadramento concebe a evolução da campanha como uma corrida entre os candidatos. A ênfase está em quem está avançando ou quem está ficando para trás e, portanto, nos resultados das pesquisas e nas estratégias de campanha dos candidatos. Outros pesquisadores utilizam os termos “enquadramento estratégico” ou “game frame” para descrever a tendência da mídia de cobrir assuntos políticos em termos das estratégias e motivações dos políticos e outras elites (CAPPELA, JAMIESON, 1997; LAWRENCE, 2000, apud PORTO, 2001, p. 3). Neste trabalho, Porto utiliza o termo enquadramento corrida de cavalos para descrever o marco interpretativo utilizado por jornalistas na cobertura da eleição presidencial norte-americana de 2000 que ressalta a performance dos candidatos nas pesquisas e suas estratégias de campanha.

#### 2.3.3.3. Enquadramento centrado na personalidade

A tendência da mídia de dar preferência a atores individuais e de focalizar eventos a partir de dramas humanos, relegando considerações políticas e institucionais, tem sido identificada por vários estudos (GITLIN, 1980; BENNETT, 1988 apud PORTO, 2001, p. 3). Autores têm usado os termos “enquadramento de impacto humano” (*human impact frame*) ou de “interesse humano” (*human-interest frame*) para descrever este foco da cobertura jornalística em indivíduos (NEUMAN, JUST e CRIEGLER, 1992; NEELY, 1999 apud PORTO, 2001, p. 3). Neste trabalho, Porto utiliza o termo enquadramento centrado na personalidade para se referir às notícias que enfatizam as características e a vida pessoal dos candidatos e outros atores, incluindo descrições das suas habilidades e qualidades e a reação dos eleitores a eles enquanto pessoas.

#### 2.3.3.4. Enquadramento episódico

Neste tipo de cobertura, jornalistas basicamente se restringem a relatar os últimos acontecimentos sem a utilização dos enfoques que caracterizam os demais tipos de enquadramentos. No caso da imprensa norte-americana, Patterson (1993) identificou uma forte predominância de notícias “descritivas”, apesar do fato de que este tipo de cobertura tem declinado com o avanço de um jornalismo mais interpretativo (BARNHURST, MUTZ, 1997 apud PORTO, 2001, p. 4). Alguns autores definem o enquadramento episódico em termos de um noticiário orientado por eventos que gera reações individualistas na audiência, em lugar da consideração de argumentos orientados a fatores sociais ou estruturais mais amplos

(IYENGAR, 1991 apud PORTO, 2001, p. 4). Neste estudo, Porto utiliza o termo enquadramento episódico para referir-se às notícias centradas em eventos que relatam “fatos” ou declarações de atores, adotando, portanto, um tipo mais descritivo de cobertura.

#### 2.3.4 O enquadramento e a reportagem política

“A inscrição da política na nova circunstância societária e mais especificamente na telerrealidade<sup>10</sup> obriga a política a uma complexa adequação à nova situação de realização” (RUBIM, 2000, p. 59).

Entman, ao se referir aos enquadres nas notícias políticas, lembra que os políticos são obrigados a competir com outros políticos e com os jornalistas para criar novos enquadramentos. Nestes lugares (da política), o enquadramento acaba ascendendo como uma das maiores funções inseridas sobre o poder político, pois o enquadre no texto informativo é a marca do poder (ENTMAN, 1993, p. 5 apud COLLING, 2001, p. 95).

Ao realizar uma pesquisa sobre o comportamento de jornais e revistas americanos com respeito à queda de dois aviões, nos anos 80, Entman observou que os jornalistas, às vezes, resistem ou desafiam abertamente a linha “oficial”. Mas nos dois casos analisados, o enquadramento das notícias coincidiu justamente com os interesses e as estratégias empregadas pela administração de Ronald Reagan.

Ora, se como apontavam desde os anos 1950 as pesquisas sobre os *gatekeepers*, os jornalistas são suscetíveis a orientações e pressões relativas aos processos internos de produção da notícia, e se uma das principais formas de se lidar profissionalmente com esses constrangimentos é lançar mão dos enquadramentos, o problema encontrado por esta pesquisa é, especificamente, a forma como essa pressão incide sobre o jornalista e o que o leva a adotar determinados enfoques.

Assim, esta pesquisa consultará jornalistas responsáveis pela edição das notícias relativas aos períodos eleitorais de 2000 e 2004 em dois jornais diários da cidade de Curitiba buscando, por meio de reuniões de grupo, identificar as razões que os levam a optar por

---

<sup>10</sup> O conceito de telerrealidade empregado por Rubim nomeia uma nova e contemporânea dimensão de sociabilidade que se distingue e diferencia da realidade, tradicionalmente concebida como territorialidade (geográfica), localidade, proximidade, materialidade, presença e convivência. Ou seja, realidade contígua. Telerrealidade é a nova formatação da realidade, possibilitada agora por espaços e tempos integrados em rede eletrônica e associada às noções de desterritorialização, globalidade, distância, espaço planetário, desmaterialização, não-presencialidade, (tele)vivência e tempo real.

determinados enquadramentos em detrimento de outros tendo em vista os valores-notícia de construção já classificados pela literatura da área.

### **3 ELEIÇÕES NO PARANÁ: HISTÓRICO, PADRÃO DE COBERTURA E ENQUADRAMENTO**

#### **3.1 ASCENSÃO E CONSOLIDAÇÃO DO PT**

As eleições municipais em Curitiba em 2000 e 2004 têm uma característica em comum que as distinguem das outras desde a redemocratização, em 1985: a ascensão e consolidação de um grupo político desvinculado dos pólos que dominaram a política local nos 15 anos anteriores.

Em 2000, pela primeira vez um candidato do Partido dos Trabalhadores (PT) figurou entre os principais concorrentes ao cargo de prefeito municipal. O diretório regional do PT foi beneficiado diretamente pela popularidade de Luís Inácio Lula da Silva, que viria a se eleger presidente da República pela primeira vez em 2002. A vitória de Lula não só elevou o PT paranaense a força política de destaque como reavivou candidaturas de outros partidos, como se verá a seguir.

Em 2004, então, o partido alcançou pela segunda vez a participação no segundo turno, consolidando-se como força política da cidade. Em 2000, o então vereador Angelo Vanhoni, do PT, obteve 35% dos votos no primeiro turno. A marca foi 25% maior do que o melhor resultado histórico do partido, na eleição anterior, em 1996, cujo candidato também foi o próprio Vanhoni. Em 2004, já deputado estadual, Vanhoni chegou a 31% dos votos no primeiro turno. Nas duas ocasiões, o PT foi ao segundo turno das eleições, tendo sido derrotado em ambas.

Esse dado é relevante porque desde a primeira eleição municipal após o término do regime militar foram dois grupos a polarizar as eleições no estado e revezar-se no poder municipal: o liderado por Jaime Lerner, inicialmente do PDT e depois no PFL, e o capitaneado por Roberto Requião, do PMDB. Os dois também seriam os protagonistas das eleições estaduais entre 1994 e 2002.

#### **3.2 OS TÉCNICOS URBANOS DO PDT**

Em 1985, Requião e Lerner confrontaram-se diretamente. Requião era o candidato indicado pelo então prefeito Maurício Fruet, do PMDB, e Lerner, do PDT, trazia em seu currículo duas passagens pela prefeitura da cidade, nos anos 1970, quando o mandatário do executivo municipal era indicado ao posto, o chamado prefeito biônico. As eleições foram

vencidas por Requião por uma margem apertada: 45,4% contra 41,2% dos votos válidos. Numa eleição que ainda não tinha segundo turno, o PT, com o candidato Edésio Passos, obteve somente 2,8% dos votos, terminando o pleito na quarta colocação.

Na eleição seguinte, em 1988, o candidato apoiado por Requião – também não havia ainda a possibilidade de reeleição – foi o mesmo ex-prefeito Maurício Fruet. Do lado oposicionista, o radialista e deputado estadual Algaci Túlio concorreu pelo PDT, partido de Lerner, que não iniciou a disputa porque havia perdido o prazo para transferência de domicílio eleitoral – à época, ele trabalhava para o governo do Rio de Janeiro – tendo seu pedido de candidatura proibido pela Justiça Eleitoral.

A doze dias das eleições, Algaci Túlio renunciou à sua candidatura, abrindo espaço para seu vice, Lerner, tomar-lhe o posto. O pedetista alterou o quadro eleitoral com o discurso de que a capacidade administrativa deveria ser privilegiada ante a questões políticas, o argumento histórico do PMDB. Contou a seu favor ainda o desgaste natural de Fruet após uma campanha de acusações mútuas contra Túlio. Ao final daquela que ficou conhecida como a campanha dos 12 dias (coincidentemente ou não, 12 também é e era o número de legenda do PDT), Lerner conquistou a marca histórica de 58,1% dos votos válidos, contra 34,6% de Fruet.

A bem da verdade, depois de Requião, o PMDB nunca mais venceu as eleições municipais de Curitiba, embora tenha sido sempre rival do grupo lernista, levando a disputa inclusive para o plano estadual<sup>11</sup>.

Lerner, por sua vez, fez dois sucessores. Em 1992, Rafael Greca foi eleito prefeito pelo PDT colando sua imagem à de Lerner (o slogan de sua campanha era “É Jaime, é Rafael”), vencendo o mesmo Maurício Fruet por 51,9% contra 23,1% dos votos válidos. E em 1996, com o ex-presidente do Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba (Ippuc) Cassio Taniguchi batendo o radialista e deputado estadual Carlos Simões, do PSDB, por 54,9% a 30% dos votos válidos – o candidato do PMDB à época, Max Rosenmann, ficou em quarto lugar, com somente 2,4% dos votos válidos; o PT de Angelo Vanhoni terminou na terceira colocação.

O discurso que elegeu Lerner em 1988 foi o mesmo que ajudou a eleger Greca em 1992 e Taniguchi, pela primeira vez, em 1996, o da competência administrativa e capacidade técnica dos políticos. Aliados a isso, os candidatos apoiados por Lerner tinham a seu favor feitos realizados pela prefeitura e monumentos construídos em suas gestões. A esse período remete a revitalização de parques na cidade, a construção de pontos turísticos como a Ópera de Arame e

---

<sup>11</sup> Em 1998, Lerner e Requião protagonizaram novamente disputas eleitorais, dessa vez para o governo do Paraná. Lerner havia sido eleito governador do Paraná pela primeira vez em 1994. Em 1998, conquistou a reeleição. As vitórias em plano estadual deram ainda mais força ao seu grupo nos pleitos municipais.



o Jardim Botânico e a reestruturação do transporte público, com a criação das estações-tubo, dos ligeirinhos e dos ônibus expressos biarticulados, além de outros símbolos da administração pedetista em Curitiba. Esses ícones urbanos ajudaram a realçar a imagem dos prefeitos e candidatos do PDT como de técnicos urbanistas, em oposição à do político de carreira.

### 3.3 O SURGIMENTO DE NOVAS FORÇAS

O primeiro solavanco que o grupo de Jaime Lerner sofreu em Curitiba desde que chegou pela primeira vez ao poder foi justamente nas eleições de 2000, quando Cassio Taniguchi disputava a reeleição. Na época, Lerner e boa parte de seus seguidores não estava mais no PDT; haviam se transferido ao PFL<sup>12</sup>, que fazia par no governo federal com o PSDB de Fernando Henrique Cardoso.

Depois de sofrer sua pior derrota no pleito municipal, o PMDB foi à disputa com o irmão mais novo de Roberto Requião, Maurício Requião, que recuperou parte do desempenho histórico do partido, oscilando nas pesquisas de opinião durante a campanha entre 10 e 15% das intenções de voto e terminando a disputa com 10,33% dos votos, em terceiro lugar.

Mas a grande alteração no quadro político regional trazida pelas eleições de 2000 foi a movimentação e o surgimento de forças de oposição que fizeram frente à candidatura de Taniguchi à reeleição, que mesmo vendo sua administração aprovada pela população<sup>13</sup>, não transferiu totalmente seu capital político à disputa eleitoral – o prefeito terminou o primeiro turno com 43,97% dos votos válidos, pior marca do grupo de Lerner desde 1988.

Além de Maurício Requião, o PSDB de Luiz Forte Neto (arquiteto sem experiência em cargos eletivos) e, principalmente, o PT de Angelo Vanhoni – que foi diretamente beneficiado pelos resultados dos ataques da candidatura de Requião à administração municipal – ameaçaram a reeleição de Taniguchi. Juntos, os oposicionistas somaram 53,5% dos votos válidos, obrigando os situacionistas a enfrentar o segundo turno.

A votação expressiva do PT e de outros partidos de oposição mostrou que o eleitorado curitibano estava disposto a mudar sua tendência de voto, abandonando em parte os candidatos que tinham a seu lado o discurso técnico urbanista e apostando em novas forças da política local.

---

<sup>12</sup> Depois de terem sua entrada no PSDB barrada, por influência de Alvaro Dias, adversário político de Lerner.

<sup>13</sup> No primeiro semestre de 2000, o Instituto Brasmarket e a revista Isto É publicaram uma pesquisa dando conta que Taniguchi contava com 71,4% de aprovação dos curitibanos.

### 3.4 O FIM DE UMA ERA

O cenário eleitoral desenhado ao final das eleições municipais de 2000 em Curitiba acabou por influenciar decisivamente a disputa estadual no pleito seguinte, em 2002. Ao final de oito anos à frente do governo do estado, a imagem de Jaime Lerner estava desgastada<sup>14</sup>. Esse fato, aliado à indecisão política provocada pela iminência da regra da verticalização, obrigou o partido do governador, o PFL, a apoiar uma candidatura “independente” à sua sucessão. Acreditava-se que um nome do partido, ligado ao governador (no caso, o do ex-prefeito Rafael Greca), seria massacrado nas urnas. A escolha recaiu sobre o vice-prefeito de Curitiba, Beto Richa, do PSDB.

Lerner foi um dos primeiros a defender publicamente a escolha do vice-prefeito por conta de uma aliança forjada antes entre ele e os Richa (além de Beto, José Richa, seu pai, ex-governador e liderança política paranaense histórica). Foram os Richa os grandes articuladores de uma possível filiação de Lerner ao PSDB. O movimento, barrado por Alvaro Dias, provocou um racha nos tucanos<sup>15</sup> paranaenses. José e Beto Richa exilaram-se, à época, no PTB. Em 2001, entretanto, dissidências com a cúpula nacional provocaram a saída dos irmãos Alvaro e Osmar Dias, senadores da república, do PSDB, levando-os ao PDT (curiosamente, ex-partido de Lerner). Os Richa, então, retornaram ao ninho tucano. Lerner, porém, optou por se manter no PFL.

No PDT, Alvaro Dias tinha espaço suficiente para articular sua candidatura a governador, como de fato veio a concretizar, saindo inclusive com os índices mais altos nas primeiras pesquisas de opinião. Seu grande adversário no pleito veio a ser Roberto Requião, do PMDB, à época também senador. Requião postergou o anúncio de sua candidatura até quando pode, porque podia optar por uma reeleição certa ao senado, e porque, nacionalmente, o PMDB demorou a decidir seus rumos – acabou saindo em chapa pura ao governo. Richa, eleito duas vezes deputado estadual e uma vez vice-prefeito, ressentiu-se da baixa popularidade decorrente de nunca ter disputado cargos executivos, e jamais viu sua candidatura ao Palácio Iguaçu deslancar. O último candidato com chances reais na disputa era Padre Roque Zimmermann, do PT, que, embora tenha vencido com antecedência a prévia do partido, não conseguiu amearhar a simpatia que o eleitor tinha pelo então candidato Lula à presidência.

---

<sup>14</sup> Segundo o ranking nacional dos governadores do Instituto Datafolha de julho de 2001, Jaime Lerner tinha uma nota média de 5 pontos, posicionando-se em nono lugar. O governador contava com 32% de reprovação e somente 27% de aprovação dos pesquisados.

<sup>15</sup> Membros e partidários do PSDB (Partido da Social Democracia Brasileira) são apelidados “tucanos” porque a ave é o símbolo do partido.

A campanha era pródiga aos adversários de um impopular Lerner. Prova disso é que o candidato oficial, Beto Richa, não chegou a 18% dos votos no primeiro turno. A disputa, então, polarizou-se entre Dias e Requião.

Alvaro Dias chegou a vencer o primeiro turno, com 31,4% dos votos. No segundo turno, entretanto, sofreu por conta de suas coligações e porque não conseguiu se vincular à imagem de nenhum dos candidatos à presidência.

A coligação do PDT contava com o apoio do PTB, comandado então pelo deputado federal José Carlos Martinez, nacional e regionalmente. A aliança aconteceu porque no plano nacional, PTB e PDT apoiavam a candidatura de Ciro Gomes, do PPS, na chamada Frente Trabalhista. Martinez era um dos maiores articuladores da candidatura de Ciro, e o PDT paranaense achou por bem servir de palanque ao ex-governador do Ceará (ainda que o PPS tivesse candidato próprio, Rubens Bueno, ao governo do estado), bem cotado no período pré-eleitoral. Havia que o PTB fora um dos mais importantes partidos da base aliada de Lerner, e a vinculação de alguns nomes da legenda, como o do deputado Valdir Rossoni, líder do governo na Assembléia Legislativa, resvalou com força na candidatura de Alvaro.

No segundo turno, Alvaro afirmou apoio a Lula, mas em momento algum teve sua candidatura ligada à do presidenciável do PT. O processo foi exatamente o contrário com Requião. Beneficiado por ser um adversário histórico de Lerner, explorou com veemência as denúncias de corrupção do governo e, no segundo turno, ganhou o apoio do PT, vinculando com facilidade sua imagem à de Lula. Resultado: Requião venceu as eleições com 55,15% dos votos válidos, contra 44,85% de Dias. Lerner, por sua vez, viu seu candidato ser derrotado ainda no primeiro turno e assistiu à vitória de seu antigo rival. A opção por Richa ainda causou outras baixas no partido. O preterido Rafael Greca desfilou-se do PFL e acabou no PMDB de Requião.

Já no período pré-eleitoral de 2004, as candidaturas de “oposição” a Cassio Taniguchi e à linhagem política inaugurada por Jaime Lerner em 1988 já apareciam consolidadas. O PT, já admitido como força política regional, diretamente beneficiado pela eleição de Luís Inácio Lula da Silva à presidência, e também o PSDB, representado pelo vice-prefeito Beto Richa<sup>16</sup>, eram quem polarizava a disputa.

Além da tendência eleitoral surgida quatro anos antes, em 2004 a administração de Taniguchi já vinha sendo rejeitada pela maioria da população. Também conta o fato de, pela

---

<sup>16</sup> A candidatura de Beto Richa é computada como de oposição porque, depois de uma dissidência interna, o vice-prefeito afastou-se da administração de Taniguchi, que lançou um candidato próprio à eleição, Osmar Bertoldi, pelo PFL.

primeira vez no pleito municipal, PT e PMDB formarem chapa, com intenção de não dividir os votos de oposição.

Richa vinha calejado de uma eleição estadual, e Vanhoni, no rastro da eleição de Lula à presidência. Novamente, pouco espaço restou ao candidato oficial, Osmar Bertoldi, que terminou o pleito atrás mesmo de Rubens Bueno, do PPS. Richa conseguiu, com sucesso, desvincular-se da desgastada imagem de Taniguchi e do grupo de Lerner, aparecendo como alternativa à linhagem política hegemônica na cidade sem, no entanto, carregar os aspectos de radicalismo que as candidaturas do PT despertaram historicamente no eleitor curitibano.

Como resultado, Richa foi eleito no segundo turno com 54,75% dos votos válidos. Vanhoni, do PT, somou 45,22% dos sufrágios. Ao PFL restaram 6,3% dos votos no primeiro turno. “A disputa para a prefeitura em 2004 desenhou um novo perfil de lideranças políticas na capital ou, ao menos, abalou o perfil hegemônico. (...). Se durante um longo período os planejadores urbanos conquistaram uma fatia cativa do eleitorado curitibano sem grande esforço, a eleição de 2004 alterou o jogo. Ficou evidente na manifestação do eleitorado a vontade de substituir o perfil de elite política tecnocrática que exerceu a hegemonia na cidade desde os anos 70” (Cervi e Souza, 2005).

### 3.5 COBERTURA DAS ELEIÇÕES – DA PASMACEIRA À NOVIDADE

#### 3.5.1 Cobertura influenciada pelo histórico

Como se poderá comprovar pelos dados colhidos pelo Grupo de Pesquisa em Comunicação e Política da UFPR, a perspectiva de continuidade no poder do prefeito Cassio Taniguchi em 2000 influenciou a cobertura eleitoral da imprensa: “No primeiro turno de 2000 os jornais pesquisados dedicaram pouca atenção a uma eleição que consideravam decidida a favor do prefeito que buscava a reeleição. A necessidade de segundo turno constituiu-se como evento importante diante da situação na largada da campanha e devido ao avanço do PT, o partido pela primeira vez apareceu com reais chances de vitória na capital paranaense” (CERVI e SOUZA, 2005, p. 7).

Vejamos a tabela que demonstra o volume de cobertura dos jornais dedicado às eleições municipais:

TABELA 1 – VOLUME DE COBERTURA DOS JORNAIS EM 2000

continua

TABELA 1 – VOLUME DE COBERTURA DOS JORNAIS EM 2000

ANO	TURNOS	JORNAL	TOTAL (CM2)	conclusão	
				TAM. MÉDIO (CM2)	TAM. MEDIANO (CM2)
2000	1º	Folha de Londrina	42.877,50	93,21	22
		Gazeta do Povo	44.460,50	90,36	24
	2º	Folha de Londrina	29.324,75	87,01	35,5
		Gazeta do Povo	59.821,75	155,38	40
	Total	Folha de Londrina	72.202,25	90,11	28,75
		Gazeta do Povo	104.282,25	122,87	32

FONTE: Grupo de Pesquisa em Comunicação e Política da UFPR.

Antes de tudo, é preciso saber que os jornais Gazeta do Povo e Folha de Londrina diferenciam-se num aspecto fundamental. Apesar de ambos circularem diariamente na capital paranaense, somente o primeiro tem sua sede em Curitiba, enquanto a Folha de Londrina é editada e tem base de leitores maciça na cidade que lhe nomeia, no Norte do Paraná. De todo modo, segundo dados dos relatórios dos dois jornais enviados ao IVC (Instituto Verificador de Circulação), estes eram, no período estudado, os dois principais jornais do estado em volume de circulação.

Pelos números da Tabela 1, podemos ver que os dois jornais equiparavam-se no volume de cobertura no primeiro turno das eleições<sup>17</sup>, com a Gazeta pouco adiante no espaço dedicado à cobertura geral do pleito. No segundo turno, entretanto, a Gazeta aumenta significativamente seu volume de cobertura, em movimento inversamente proporcional à Folha. Esse movimento é justificado de duas formas: A primeira, é que o inesperado crescimento da candidatura do PT e a realização do segundo turno constituiu-se como fato novo num cenário que se acreditava previsível; do lado da Folha, a realização de segundo turno na cidade de Londrina fez com que a cobertura do jornal se voltasse para a disputa local, em detrimento da cobertura em Curitiba.

Já em 2004, com a impossibilidade de reeleição e com a influência do governo municipal em baixa, era evidente a polarização entre as forças de oposição. Logo, sem grandes sobressaltos, a cobertura da imprensa no primeiro e segundo turno manteve o padrão segundo os dados de volume:

<sup>17</sup> Significativamente menor, entretanto, que o espaço dado a eleições municipais pela imprensa de outras cidades, como Belo Horizonte, por exemplo, conforme constatado pelo estudo de Cervi e Fuks (2000).

TABELA 2 – VOLUME DE COBERTURA DE JORNAIS EM 2004

ANO	TURNO	JORNAL	TOTAL (CM2)	TAM. MÉDIO (CM2)	TAM. MEDIANO (CM2)
2004	1º	Folha de Londrina	28.640,18	55,72	24
		Gazeta do Povo	99.324,53	60,45	24,5
	2º	Folha de Londrina	16.173	77,01	28
		Gazeta do Povo	37.454,78	72,58	24,6
	Total	Folha de Londrina	44.813,18	66,365	26
		Gazeta do Povo	136.779,31	63,4075	25,25

FONTE: Grupo de Pesquisa em Comunicação e Política da UFPR.

É válido ressaltar que, em comparação a 2000, a Folha reduziu drasticamente o volume de cobertura das eleições curitibanas, ao passo que a Gazeta foi, novamente, no movimento contrário. A redução do volume de cobertura da Folha de Londrina foi comentada pelos jornalistas que formavam a equipe de cobertura da época, como se verá mais tarde. Naturalmente, o volume de cobertura cai no segundo turno em ambos os jornais por conta do tempo da campanha, que é menor no segundo turno. Esse dado, entretanto, destaca ainda mais a mudança de comportamento na cobertura da imprensa no segundo turno de 2000, mostrando que a novidade da candidatura do PT de fato modificou a forma como a imprensa cobria as eleições municipais.

É possível confirmar o movimento da imprensa paranaense nas duas eleições também com dados sobre volume de cobertura por candidatos.

TABELA 3 – VOLUME DE COBERTURA DOS PRINCIPAIS CANDIDATOS NAS ELEIÇÕES MUNICIPAIS

continua

ANO	TURNO	CANDIDATO	JORNAL	Nº. ENTRADAS COM APARIÇÃO	% DE ENTRADAS COM APARIÇÃO
2000	1º	Cassio	Folha do Paraná	279	60,70
		Taniguchi	Gazeta do Povo	324	65,90
		Angelo Vanhoni	Folha do Paraná	123	26,70
			Gazeta do Povo	168	34,10
	2º	Cassio	Folha do Paraná	204	69,90
		Taniguchi	Gazeta do Povo	282	74,00
		Angelo Vanhoni	Folha do Paraná	192	65,80
			Gazeta do Povo	278	73,00

2004	T	Cassio	Folha do Paraná	483	65,30
		Taniguchi	Gazeta do Povo	606	69,95
		Angelo Vanhoni	Folha do Paraná	315	46,25
			Gazeta do Povo	446	53,55
	1º	Beto Richa	Folha de Londrina	223	43,40
			Gazeta do Povo	622	37,90
		Angelo Vanhoni	Folha de Londrina	280	54,50
			Gazeta do Povo	769	46,80
2004	2º	Beto Richa	Folha de Londrina	162	77,10
			Gazeta do Povo	353	68,40
		Angelo Vanhoni	Folha de Londrina	156	74,30
			Gazeta do Povo	364	70,50
	T	Beto Richa	Folha de Londrina	385	60,25
			Gazeta do Povo	975	53,15
		Angelo Vanhoni	Folha de Londrina	436	64,40
			Gazeta do Povo	1133	58,65

FONTE: Grupo de Pesquisa em Comunicação e Política da UFPR.

Pela tabela, é possível perceber que a Gazeta do Povo ampliou bastante o volume de cobertura por candidato em 2004 em relação à eleição municipal anterior. E que Angelo Vanhoni recebeu mais que o dobro de entradas em 2004.

### 3.5.2 Um padrão diferente

No primeiro turno das eleições de 2000, os dois jornais mostraram clara predominância a assuntos que envolvessem o nome do então prefeito Cassio Taniguchi. O quadro foi quase que totalmente equiparado no segundo turno, quando os candidatos obtiveram um “empate técnico” no quesito aparição nos dois jornais<sup>18</sup>. Já em 2004, com a manutenção da polarização prevista, a diferença em aparições dos dois principais candidatos na Gazeta e na Folha não foi muito grande, com pequena predominância de citações a Angelo Vanhoni.

As eleições de 2002, por sua vez, foram intensivamente influenciadas pelo pleito nacional. Não somente Roberto Requião ultrapassou Alvaro Dias no segundo turno por ter sua

<sup>18</sup> Em termos de valência do material noticioso, ambos os jornais deram predominância à valência neutra aos dois candidatos (CERVI e SOUZA, 2005).

imagem naturalmente vinculada à de Lula, como a própria definição dos candidatos foi decidida, ao menos em parte, por conta das coligações, pelos diretórios nacionais dos partidos.

Do ponto de vista de cobertura de imprensa, entretanto, os padrões adotados pela mídia paranaense fugiram do modelo da imprensa nacional. Vejamos as duas tabelas a seguir:

TABELA 4 – FREQUÊNCIA DOS FORMATOS DE ENTRADAS NOS JORNAIS PARANAENSES (2002)

TIPO	FREQUÊNCIA	PERCENTUAL
Reportagem	2136	32
Artigo assinado	67	1
Editorial	79	1,2
Coluna assinada	3532	52,9
Charge/foto/infográfico	670	10
Chamada 1ª página	192	2,9
Total	6676	100

FONTE: Grupo de Pesquisa em Comunicação e Política da UFPR.

Em 2002, os jornais paranaenses dedicaram mais da metade de sua cobertura eleitoral ao formato de coluna assinada, sendo o segundo formato mais utilizado a reportagem, com 32% das entradas. O restante dos tipos de entrada somou pouco mais de 15% do total da cobertura.

TABELA 5 – FREQUÊNCIA DOS FORMATOS DE ENTRADA NOS JORNAIS NACIONAIS<sup>19</sup> (2002)

TIPO	FREQUÊNCIA	PERCENTUAL
Reportagem	12729	57
Artigo assinado	682	3,1
Editorial	363	1,6
Coluna assinada	3649	16,3
Charge/foto/infográfico	3465	15,5
Chamada 1ª página	1435	6,4
Total	22323	100

FONTE: Grupo de Pesquisa em Comunicação e Política da UFPR.

Como é possível verificar pela comparação da frequência dos formatos de entrada entre os jornais paranaenses e os “nacionais”, a imprensa regional prioriza a cobertura “opinativa”, destinando a maior parte de seu material eleitoral para as colunas assinadas, em detrimento da reportagem. No caso dos veículos nacionais, é o contrário: 57% da cobertura eleitoral é feita

<sup>19</sup> Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo, O Globo e Jornal do Brasil (Cervi, 2005).



através de reportagens, e somente 16,3% é através das colunas assinadas, que quase se equivalem ao total de entradas de charges, fotos e infográficos, que somam 15,5%.

### 3.5.3 Uma cobertura “opinativa”?

Interessante notar que, mesmo com os jornais paranaenses fazendo uma cobertura pequena das eleições municipais (conforme comparação com outras capitais brasileiras), a maior parte do material noticioso publicado refere-se a textos de opinião (colunas assinadas), em detrimento da reportagem.

Do ponto de vista jornalístico, a reportagem é “o produto fundamental da atividade jornalística”<sup>20</sup>. É a estrutura textual tida como a espinha dorsal do jornalismo e aquela que deve primar fundamentalmente pela objetividade, possibilitando, por definição, um grau menor de intervenção por parte de seus autores.

Vejamos a tabela sobre formato da cobertura dos jornais nas três eleições citadas:

TABELA 6 – FORMATO DA COBERTURA DOS JORNAIS

ANO	JORNAL	REPORTAGEM	ARTIGO ASSINADO	COLUNA ASSINADA	ILUSTRAÇÃO	CHAMADA 1ª PÁGINA	TOTAL
2000	Folha de Londrina	151 (18,95%)	4 (0,50%)	529 (66,37%)	91 (11,41%)	24 (3,01%)	797 (100%)
	Gazeta do Povo	252 (28,74%)	2 (0,23%)	537 (61,23%)	66 (7,52%)	20 (2,28%)	877 (100%)
2002	Folha de Londrina	746 (37,1%)	10 (0,5%)	939 (46,7%)	247 (12,3%)	59 (2,9%)	2009 (100%)
	Gazeta do Povo	746 (27,5%)	46 (1,7%)	1626 (58,6%)	224 (8,1%)	48 (1,7%)	2774 (100%)
2004	Folha de Londrina	135 (18,64%)	1 (0,14%)	516 (71,27%)	56 (7,73%)	16 (2,21%)	724 (100%)
	Gazeta do Povo	373 (17,27%)	3 (0,14%)	1424 (65,95%)	336 (15,56%)	22 (1,01%)	2159 (100%)

FONTE: Grupo de Pesquisa em Comunicação e Política da UFPR.

Pela tabela, é possível ver que o padrão de cobertura dos principais jornais paranaenses foi mantido nas eleições de 2000, 2002 e 2004 – priorizando-se as colunas assinadas às

<sup>20</sup> Segundo o *Manual de Redação da Folha de S. Paulo*.

reportagens. Ora, se as colunas assinadas predominam sobre as reportagens, não é errado afirmar que a cobertura de imprensa nas referidas eleições por parte da Gazeta do Povo e da Folha de Londrina é predominantemente *editorializada*<sup>21</sup>. A coluna assinada também é considerada parte nobre do conteúdo jornalístico, por normalmente ser de autoria de profissionais experientes e conceituados, além de contar com alta penetração nos círculos sociais a que se referem.

Em que pese o fato de a maior parte da cobertura jornalística dos jornais paranaenses se dar sob a voz de colunistas, a valência<sup>22</sup> das matérias, como se viu, é, em sua maioria, neutra.

Pela tabela 6, que reúne dados de volume de cobertura das eleições de 2002, é possível ainda perceber a diferença que a Folha dá a eleições estaduais e às municipais de Curitiba. Enquanto na disputa estadual o jornal do Norte paranaense publicou um total de 2009 matérias jornalísticas, esse número não passou de 800 em 2000 e 2004 – lembrando tratar-se de notícias sobre as eleições de Curitiba quando a sede do jornal e a maior parte de seus leitores é da região de Londrina.

Vejamos agora a distribuição de temas enxergues pela imprensa nas três eleições:

TABELA 7 – TEMAS DAS MATÉRIAS (2000)

continua

TEMA	FREQÜÊNCIA	PERCENTUAL
Campanha	641	38,3%
Candidato	212	12,7%
Denúncia	110	6,6%
Governo	122	7,3%
Eleições	39	2,3%
Apoios e alianças	149	8,9%
Debate	30	1,8%
Debate temático	11	0,7%
Horário eleitoral	49	2,9%
Litígio	52	3,1%
TRE	44	2,6%
Pesquisa eleitoral	171	10,2%
Solenidade social	25	1,5%

<sup>21</sup> No jargão jornalístico, conteúdo *editorializado* equivale a opinativo. Se diz editorializado porque a opinião de um jornal é emitida sob a forma de textos nomeados editoriais.

<sup>22</sup> A valência das matérias jornalísticas se refere ao “tom” dos textos, positivos, negativos ou neutros, em relação ao objeto. O termo é utilizado por Baumgartner e Jones (1993) para tratar de políticas públicas e por Schneider & Ingram (1993) a respeito do público-alvo das políticas.

Outros	19	1,1%
<b>Total</b>	1674	100%

FONTE: Grupo de Pesquisa em Comunicação e Política da UFPR.

Em 2002, o tema preponderante foi a “campanha eleitoral”, que ocupou 38,3% dos temas das matérias jornalísticas. Em segundo lugar aparece o tema “candidato”, com 12,7% das aparições. Pesquisas eleitorais são o terceiro tema mais abordado pela imprensa paranaense, com 10,2% das aparições.

TABELA 8 – TEMAS DAS MATÉRIAS (2002)

TEMA	FREQÜÊNCIA	PERCENTUAL
Campanha eleitoral	5043	84,2%
Político-institucional	254	4,2%
Economia	61	1%
Social	66	1,1%
Infra-estrutura e meio-ambiente	48	0,8%
Violência e segurança	46	0,8%
Ético-moral	53	0,9%
Política internacional	8	0,1%
Outros	11	0,2%
Variedades	402	6,7%
Total	6676	100%

FONTE: Grupo de Pesquisa em Comunicação e Política da UFPR.

Em 2002, a preponderância do tema de “campanha eleitoral” foi ainda mais massiva: 84,2% das matérias jornalísticas abordaram a questão. Em segundo lugar ficou a categoria “variedades”, com 6,7% das entradas. Temas “político-institucionais” ocupam a terceira colocação na tabela, com 4,2% das entradas.

TABELA 9 – TEMAS DAS MATÉRIAS (2004)

continua

TEMA	FREQÜÊNCIA	PERCENTUAL
Campanha Eleitoral	4120	82,4
Político-institucional	273	5,5
Economia	40	0,8
Política Social	64	1,3

Infra-estrutura e Meio Ambiente	72	1,4
Violência e Segurança	52	1,0
Ético-moral	14	0,3
Política para Esporte, Lazer e Cultura	42	0,8
Política Estadual/Nacional/Internacional	4	0,1
Outros	316	6,3
Total	4997	100,0

FONTE: Grupo de Pesquisa em Comunicação e Política da UFPR.

Em 2004, foi mantida a mesma proporção da eleição anterior: 82,4% das matérias abordaram o tema “campanha eleitoral”, enquanto 6,3% dedicaram-se a “outros” assuntos, diversos dos elencados pelo Grupo de Pesquisa. As matérias que abordaram assuntos “político-institucionais” mantiveram-se na terceira colocação, com 5,5% das entradas.

Os levantamentos demonstram que o tema preferido pela imprensa é, de longe, o da própria campanha eleitoral. O tema abrange momentos distintos particulares da campanha, desde o período pré-eleitoral, com a formação de alianças e chapas; depois, o início do processo eleitoral, quando espoucam as primeiras denúncias e litígios (feitos na tentativa de enfraquecer o adversário); até o núcleo do processo eleitoral, movidos pelas campanhas dos candidatos, as pesquisas de opinião e mais denúncias. “A análise do conteúdo das matérias frustra qualquer expectativa de que a quantidade (número e tamanho das matérias) pudesse ser compensada pela qualidade (a relevância pública dos assuntos)” (CERVI; FUKS, 2003, p. 50).

A preferência pelo tema da campanha eleitoral é o que explica, em parte, a predominância de um tipo de enquadramento, o episódico, na cobertura eleitoral dos jornais paranaenses. Veremos com mais detalhes essa questão no próximo item.

### 3.6 A CLASSIFICAÇÃO POR ENQUADRAMENTOS

Conforme vimos anteriormente, enquadramentos são recursos que organizam o discurso através de práticas específicas (seleção, ênfase, exclusão) e que acabam por construir uma determinada interpretação dos fatos. Para fins de sistematização, lançamos mão aqui de quatro tipos de enquadramento (PORTO, 2001): o temático, o personalista, o “corrida de cavalos” e o episódico, já descritos no capítulo anterior.

Os enquadramentos aqui estudados, entretanto, referem-se somente ao formato da *reportagem*. Isso porque se pressupõe que a coluna assinada – ainda que seja a forma de cobertura preferida pela imprensa paranaense –, por se tratar de um espaço de opinião, já

subentende um texto de saída interpretativo. E a reportagem, por definição, “deve ser publicada de forma sintética, sem rodeios, e de maneira a dar a noção correta do assunto focalizado” (ERBOLATO, 2004, p. 56). Em outras palavras: como o objeto de pesquisa deste trabalho é identificar eventuais constrangimentos redacionais que levam à escolha dos enquadramentos, é irrelevante que o formato de coluna assinada seja o predominante na cobertura eleitoral da imprensa paranaense, visto que o formato de reportagem é significativo o suficiente para a análise que se pretende.

Reportagem, no conceito fundamental jornalístico, pressupõe *objetividade*: “A mensagem jornalística deve bombardear o receptor, despertar-lhe o interesse e provocar, conforme o tema, comentários e discussões entre grupos interessados. (...) A objetividade, porém, em certos casos, é um dos pontos mais controvertidos e difíceis do jornalismo. (...) Só se considera completa uma notícia quando ela proporciona ao leitor a idéia exata e minuciosa sobre um acontecimento, ou mesmo previsão do que vai ocorrer” (ERBOLATO, 2004, p. 56). Em nome do chamado *jornalismo interpretativo*, então, é que os *newsmakers* lançam mão dos pacotes interpretativos. Testaremos essa hipótese mais tarde.

Vamos, a seguir, detalhar os dados de classificação de enquadramento nas eleições de 2002 e 2004 no Paraná e em Curitiba<sup>23</sup>.

Em 2002, a distribuição de enquadramentos por reportagem na Folha de Londrina e na Gazeta do Povo foi assim:

TABELA 10 – ENQUADRAMENTOS TOTAIS (2002)

ENQUADRAMENTOS	FREQÜÊNCIA	PERCENTUAL
Corrida de cavalos	74	4,95%
Personalista	47	3,14%
Temático	144	9,64%
Episódico	1228	82,25%
Total	1493	100%

FONTE: Grupo de Pesquisa em Comunicação e Política da UFPR.

O enquadramento episódico é o preponderante, com 82,25% das reportagens jornalísticas nos jornais paranaenses, seguido pelo temático, com 9,4% das entradas. Os enquadramentos corrida de cavalos e personalistas não alcançam, juntos, 10% das entradas.

<sup>23</sup> A classificação pela variável de enquadramento só foi realizada no Paraná a partir das eleições de 2002. Entretanto, esta pesquisa optou pela publicação de informações referentes às eleições de 2000 por entender que o histórico daquele pleito influenciou diretamente a cobertura de imprensa da eleição municipal seguinte, realizada em 2004.

Em 2004, a classificação por enquadramentos foi a seguinte:

TABELA 11 – ENQUADRAMENTOS TOTAIS (2004)

ENQUADRAMENTOS	FREQÜÊNCIA	PERCENTUAL
Corrida de Cavalos	53	5,1%
Personalista	18	1,7%
Temático	71	6,8%
Episódico	898	86,3%
Total	1040	100,0%

FONTE: Grupo de Pesquisa em Comunicação e Política da UFPR.

Novamente, o enquadramento episódico surge disparado como o mais utilizado, aparecendo em 86,3% das entradas. O temático ocupa, novamente, a segunda posição, sendo utilizado em 6,8% das reportagens (menos ainda, portanto, que em 2002). Em terceiro e quarto lugares estão os enquadramentos corrida de cavalos e personalista, mantendo a proporção da eleição anterior.

Podemos ver pelo cômputo geral que a opção pelo enquadramento episódico se sobressai no total de reportagens nos dois jornais e nas duas eleições. O padrão se repete caso analisemos os enquadramentos por jornal e pelos dois principais candidatos de cada pleito:

TABELA 12 – ENQUADRAMENTOS POR JORNAL (2002)

JORNAL	ENQUADRAMENTOS	FREQÜÊNCIA	PERCENTUAL
Folha de Londrina	Corrida de cavalos	19	2,59%
	Personalista	26	3,55%
	Temático	51	6,97%
	Episódico	635	86,86%
Total		731	100%
Gazeta do Povo	Corrida de cavalos	55	7,21%
	Personalista	21	2,75%
	Temático	93	12,2%
	Episódico	593	77,82%
Total		762	100%

FONTE: Grupo de Pesquisa em Comunicação e Política da UFPR.

Em 2002, a Gazeta do Povo aparece com uma proporção um pouco menor de reportagens enquadradas como episódicas, abaixo da média geral de 80%, ao passo que o

enquadramento corrida de cavalos, ainda na terceira posição, conta com pouco mais de 7% das reportagens eleitorais.

TABELA 13 – ENQUADRAMENTOS POR JORNAL (2004)

JORNAL	ENQUADRAMENTOS	FREQÜÊNCIA	PERCENTUAL
Folha de Londrina	Corrida de Cavalos	6	3,5%
	Personalista	2	1,2%
	Temático	3	1,7%
	Episódico	162	93,6%
Total		173	100,0%
Gazeta do Povo	Corrida de Cavalos	34	7,5%
	Personalista	12	2,7%
	Temático	44	9,7%
	Episódico	362	80,1%
Total		452	100,0%

FONTE: Grupo de Pesquisa em Comunicação e Política da UFPR.

Já em 2004, a Folha de Londrina aumentou ainda mais a proporção de reportagens episódicas, chegando a 93,6% delas. O jornal diminui também a incidência de reportagens temáticas, que neste levantamento aparecem atrás das matérias enquadradas como corrida de cavalos. A Gazeta do Povo, por sua vez, mantém o padrão adotado nas eleições anteriores, privilegiando o enquadramento episódico e tendo o enquadramento temático como o segundo mais utilizado.

A grande diferença entre os enquadramentos por jornal se dá não no enquadramento preferencial a ambos, o episódico, mas na frequência dos enquadramentos “corrida de cavalos”. Tanto nas eleições de 2002 como em 2004, a Gazeta do Povo publicou, em relação à Folha, um número consideravelmente maior de reportagens enquadradas como “corrida de cavalos”, isso porque o jornal encomendou ao Ibope a maior parte das pesquisas de intenção de voto no estado nos dois pleitos.

A predominância das notícias classificadas pelo enquadramento episódico se repete se analisarmos os resultados por candidato nas duas eleições, o que denota um tratamento igualitário aos dois postulantes no que tange ao padrão de seleção e ênfase de notícias:

TABELA 14 – ENQUADRAMENTOS POR CANDIDATO (2002) – ALVARO DIAS

continua

JORNAL	ENQUADRAMENTO	FREQÜÊNCIA	PERCENTUAL
--------	---------------	------------	------------

Folha de Londrina	Corrida de cavalos	17	4,3%
	Personalista	3	0,8%
	Temático	33	8,3%
	Episódico	344	86,6%
Total		397	100%
Gazeta do Povo	Corrida de cavalos	53	11,1%
	Personalista	10	2,1%
	Temático	58	12,1%
	Episódico	357	74,7%
Total		478	100%

FONTE: Grupo de Pesquisa em Comunicação e Política da UFPR.

Em 2002, o candidato Alvaro Dias apareceu mais em reportagens enquadradas como episódicas em ambos os jornais, mantendo a proporção geral do enquadramento.

TABELA 15 – ENQUADRAMENTOS POR CANDIDATO (2002) – ROBERTO REQUIÃO

JORNAL	ENQUADRAMENTO	FREQÜÊNCIA	PERCENTUAL
Folha de Londrina	Corrida de cavalos	14	3,6%
	Personalista	3	0,8%
	Temático	38	9,8%
	Episódico	334	85,9%
Total		391	100%
Gazeta do Povo	Corrida de cavalos	52	12,1%
	Personalista	9	2,1%
	Temático	42	9,8%
	Episódico	327	76%
Total		431	100%

FONTE: Grupo de Pesquisa em Comunicação e Política da UFPR.

Roberto Requião, por sua vez, aparece na Gazeta do Povo mais em reportagens enquadradas como corrida de cavalos do que em temáticas, dando a entender que o nome do candidato foi citado na Gazeta do Povo mais em decorrência de pesquisas eleitorais do que em reportagens sobre temas de campanha e plataforma política.

TABELA 16 – ENQUADRAMENTOS POR CANDIDATO (2004) – ANGELO VANHONI

continua

JORNAL	ENQUADRAMENTO	FREQÜÊNCIA	PERCENTUAL
--------	---------------	------------	------------



Folha de Londrina	Corrida de cavalos	5	3,6%
	Personalista	2	1,5%
	Temático	2	1,5%
	Episódico	128	93,4%
Total		137	100%
Gazeta do Povo	Corrida de cavalos	34	10,3%
	Personalista	6	1,8%
	Temático	32	9,7%
	Episódico	257	78,1%
Total		329	100%

FONTE: Grupo de Pesquisa em Comunicação e Política da UFPR.

Em 2004, nos dois jornais pesquisados, o levantamento por candidato já mostra a predominância de reportagens enquadradas como corrida de cavalos sobre as temáticas. O padrão é mantido no levantamento pelo candidato Beto Richa:

TABELA 17 – ENQUADRAMENTOS POR CANDIDATO (2004) – BETO RICHÁ

JORNAL	ENQUADRAMENTO	FREQÜÊNCIA	PERCENTUAL
Folha de Londrina	Corrida de cavalos	5	4,4%
	Personalista	0	0%
	Temático	3	2,7%
	Episódico	105	92,9%
Total		113	100%
Gazeta do Povo	Corrida de cavalos	34	10,5%
	Personalista	9	2,8%
	Temático	32	9,8%
	Episódico	250	76,9%
Total		325	100%

FONTE: Grupo de Pesquisa em Comunicação e Política da UFPR.

A proporção do levantamento pelo candidato Beto Richa foi mantida nos jornais, com destaque para o fato de que a Folha de Londrina não publicou nenhuma reportagem enquadrada como personalista tendo Richa como personagem.

Como se pode observar, o enquadramento episódico é preponderante na cobertura de imprensa das eleições de 2002 e 2004, independente do jornal quanto no cômputo geral. A escolha maciça por esse tipo de enquadramento demonstra que os jornais se restringiram a relatar os acontecimentos de campanha, adotando um tipo mais descritivo de cobertura, abrindo

mão de discutir temas de interesse geral e, conseqüentemente, abandonando a hipótese do *agenda-setting*.

Fica evidente, pela comparação entre os dois principais candidatos nos dois jornais analisados nas duas eleições verificadas, que o enquadramento episódico é totalmente prevalecente e foi utilizado na cobertura das duas campanhas pelos dois veículos em ambas as eleições. Isso demonstra que os períodos eleitorais tanto de 2002 quanto de 2004 receberam da mídia impressa uma cobertura mais descritiva e menos personalista, apresentando um grande número de reportagens que tratavam dos acontecimentos das campanhas e um número muito pequeno de reportagens que abordavam as características pessoais dos candidatos.

No capítulo a seguir, abordaremos o modo como os jornalistas responsáveis pelas coberturas eleitorais de 2002 e 2004 na Gazeta do Povo e na Folha de Londrina enxergam o trabalho desempenhado por si e suas equipes nesses períodos. Através de declarações colhidas nos grupos focais, cruzadas com o marco teórico elencado, buscar-se-á encontrar quais práticas redacionais levaram ao resultado em que predominou este tipo de enquadramento.

## 4. OS JORNALISTAS: CULTURA E SOCIALIZAÇÃO

### 4.1 SEMELHANÇAS E DIFERENÇAS

Há uma grande e notável semelhança nas coberturas eleitorais de 2002 e 2004 para as equipes de jornalistas da Gazeta do Povo e da Folha de Londrina. Ambas apontam 2002 como um ano memorável para a cobertura das eleições e 2004 como um período muito menos prolífico – especialmente quando comparado ao pleito anterior.

As razões em comum que fazem de 2002 um ano especial para os jornalistas passam diretamente pelos atores políticos daquela disputa, tanto em plano nacional quanto estadual. A ascensão de Luiz Inácio Lula da Silva na disputa para a presidência, a presença de personagens fortes da política estadual como Alvaro Dias e Roberto Requião no pleito local, o “fim da era Lerner” no Paraná, a arquitetura de apoios entre as legendas. Todos são fatores apontados pelos jornalistas dos dois periódicos como exemplos que fizeram daquela eleição uma das mais importantes do período pós-redemocratização brasileira.

O ano de 2004 não teve o mesmo brilho na opinião dos jornalistas. A ausência de candidatos com forte histórico político, a dimensão do cenário municipal ante as orquestrações nacionais, a redução do espaço para cobertura na imprensa, contribuíram para uma cobertura no mínimo “menos animada” do que a anterior.

O sentimento descrito por jornalistas integrantes das referidas equipes é verificado nos dados de volume da cobertura dos jornais nas duas eleições. Em 2002, houve um total de 6676 entradas (entre reportagens, artigos assinados, editoriais, colunas assinadas, charges, fotos ou infográficos e chamadas na primeira página)<sup>24</sup> ao longo do período eleitoral nos dois veículos. Em 2004, esse número caiu para 2929<sup>25</sup>, ou seja, menos da metade do período anterior.

Com o objetivo de verificar se são os constrangimentos internos à redação os responsáveis pela adoção de determinado tipo de enquadramento na reportagem política, foram reunidos jornalistas participantes da cobertura eleitoral dos dois pleitos nos dois jornais aqui citados, Gazeta do Povo e Folha de Londrina.

Os grupos focais foram formados por jornalistas que participaram da cobertura de ambas as eleições (pelo mesmo jornal) ou somente da de 2002, que contou, no caso dos dois veículos, com um número maior de profissionais envolvidos.

---

<sup>24</sup> De acordo com a Tabela 4.

<sup>25</sup> De acordo com a Tabela 3.

Dos jornalistas da Gazeta do Povo participaram do grupo o ex-editor de política Edson Fonseca, atual chefe de gabinete do deputado estadual Fábio Camargo, e os ex-repórteres Marcus Vinícius Gomes, atual colunista de política do Jornal do Estado, e Anieli Almeida, repórter licenciada da Gazeta do Povo, atual presidente do Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Paraná.

Da Folha de Londrina estiveram presentes Leandro Donatti, ex-diretor da sucursal de Curitiba da Folha de Londrina e coordenador da cobertura eleitoral de 2002 e 2004, atual assessor de imprensa do Sebrae-PR; Maria Duarte, atual repórter de política do mesmo jornal, e Rodrigo Sais, ex-repórter e atual auditor fiscal da Receita Federal.

Os grupos focais estiveram reunidos, separadamente, ao longo de um dia por pouco mais de duas horas, onde responderam a questões propostas pelo autor deste trabalho que versavam sobre suas práticas cotidianas naqueles períodos e sobre seus conceitos acerca de temas relacionados ao jornalismo de forma geral. As questões colocadas abordaram a formação das equipes de reportagem, o planejamento das coberturas, o conceito de linha editorial nos veículos, os objetivos gerais da cobertura, a produção da pauta, o funcionamento da apuração, os objetivos específicos na redação, o funcionamento da edição, a percepção do público, a percepção da concorrência e o conceito do que é notícia.

Todas as questões foram dirigidas ao grupo todo, respondendo por elas aqueles que se sentiam à vontade para falar, por vezes complementando (concordando ou corrigindo) a colocação de seus colegas.

## 4.2 AS EQUIPES DE REPORTAGEM DA GAZETA DO POVO E DA FOLHA DE LONDRINA

Em 2002, a equipe que cobriu as eleições na Gazeta do Povo foi formada por 12 profissionais: O editor Edson Fonseca; os repórteres Marcus Vinícius Gomes – setorista<sup>26</sup> da campanha de Alvaro Dias –, Anieli Almeida – setorista da campanha de Roberto Requião –, Kátia Chagas – setorista da campanha de Beto Richa –, Jeanine Maria Lemos – setorista da campanha de Padre Roque Zimmermann –, Eduardo Nunes – setorista da campanha de Rubens Bueno –, Caio Castro Lima – setorista das campanhas dos candidatos “nanicos”<sup>27</sup>, Daniela

---

<sup>26</sup> Setorista é o jornalista responsável por apurar e redigir todas as notícias relacionadas ao tema de sua especialidade.

<sup>27</sup> São considerados candidatos nanicos aqueles que concorrem por partidos menos expressivos, dispõem de pouco tempo nos programas eleitorais de rádio e tevê ou que são pouco cotados em pesquisas de opinião de voto.

Neves – setorista do Tribunal Regional Eleitoral –, Dimitri do Valle – responsável por organizar debates com candidatos e temáticos, com a participação de especialistas – e Danielle Blaskiewicz – responsável pela edição da agenda dos candidatos; a coordenação da edição coube ao editor-executivo Eduardo Aguiar, papel mais tarde repartido com o editor de qualidade Walter Schmidt. Deste grupo, eram oriundos da editoria de política o editor Edson Fonseca (que anteriormente cumpriu no jornal a função de editor de esportes) e as repórteres Kátia Chagas e Jeanine Maria Lemos. Todos os outros profissionais foram deslocados de outras funções especialmente para a cobertura eleitoral daquele ano. Os repórteres Marcus Vinícius Gomes, Eduardo Nunes e Caio Castro Lima foram deslocados da editoria de esportes. Aniela Almeida e Daniela Neves vieram da pauta da editoria de Paraná. Da mesma editoria foram destacados os repórteres Danielle Blaskiewicz e Dimitri do Valle.

No período, a chefia de redação da Gazeta do Povo envolvida na cobertura eleitoral era exercida pelo chefe de redação Celso Nascimento e pelo diretor de redação Arnaldo Cruz, que, entre outras funções, representavam a direção do jornal perante todos os funcionários da redação.

Já em 2004, permaneceram da mesma equipe apenas o editor Edson Fonseca e a repórter Kátia Chagas. Os outros profissionais desligaram-se do jornal ou foram transferidos para outras editorias. Oriunda do time de 2002, a repórter Daniela Neves licenciou-se em meio ao período eleitoral. Foi contratado especialmente para as eleições o repórter Fernando Tupan, oriundo da editoria de esportes da Folha de Londrina. O repórter Fernando Martins, membro da editoria de Paraná, setorista de meio ambiente, era o responsável pela série especial de reportagens intitulada “Curitiba S/A”, publicada na editoria de eleições, mas não participava da equipe de reportagem de política.

Na ocasião, a cobertura das campanhas dos candidatos e de serviços (matérias ligadas ao Tribunal Regional Eleitoral) foi inteiramente dividida entre os repórteres Kátia Chagas e Fernando Tupan. Na época, a chefia de redação era da jornalista Claudia Belfort, com Arnaldo Cruz frente à direção da redação. Ambos supervisionaram diretamente a cobertura eleitoral.

Na Folha de Londrina, a equipe que cobriu as eleições de 2004, na sucursal de Curitiba, foi praticamente a mesma de 2002. Em 2002, a coordenação era feita pelo diretor da sucursal, Leandro Donatti. A reportagem, pelos repórteres setoristas de política, Maria Duarte e Rodrigo Sais. Colaboravam com a editoria os repórteres Luciana Pombo, Monica Kaseker e Mague Gueths, lotados em outras editorias dentro da sucursal. A pauta era responsabilidade de Ellen Taborda. A edição de política ficava na redação de Londrina, a cargo de Claudio Osti, cuja função não envolvia interferências na produção de notícias de Curitiba.

Em 2004, a equipe foi a mesma até a saída de Leandro Donatti do jornal, demitido ao final do primeiro turno das eleições, e cuja função não encontrou substituto até o encerramento do pleito. A edição em Londrina ficava a cargo de Beth Debértolis, que igualmente não interferia no que era produzido por Curitiba. A direção de redação nos dois períodos era de Walter Ogama, lotado em Londrina.

#### 4.3 PAUTA E DIA-A-DIA

Erbolato (2004) escreve que à figura do pauteiro, o profissional responsável pela pauta do jornal, em uma redação deve se exigir “idéias e criação”. “Ele deve fornecer diariamente aos editores pelo menos uma ou duas laudas de sugestões. (...) Sugere a matéria, com a respectiva estrutura, para que o jornal, recorrendo às fontes de notícias, transforme a *inspiração* em *realidade*”.

A pauta de um jornal costuma variar em seu formato conforme a tradição do veículo, as escolhas de editores e diretores de redação e a organização interna da redação. Em geral, a pauta deve fornecer a editores e repórteres as indicações da reportagem a ser produzida: de que informação ela parte, que evento possa estar relacionado a essa informação e possíveis fontes a serem ouvidas pelo repórter. A pauta é, portanto, o primeiro estágio de seleção da notícia, que pode ou não determinar o formato de redação da notícia. Na organização atual das redações de jornais brasileiros, a pauta representa em primeiro grau os *gatekeepers* conceituados por Kurt Lewin (1947): o indivíduo ou grupo que tem o poder de decidir se deixar passar ou interrompe a informação.

A pauta das editorias de política da Gazeta do Povo e da Folha de Londrina diferiram uma da outra nas eleições analisadas. Na Gazeta, relatam os jornalistas, não existia a figura do pauteiro, tampouco um dos integrantes da equipe era o responsável único pela atividade. “Era a gente basicamente que sugeria”, “a gente que decidia”, afirmam os jornalistas da Gazeta, referindo-se à própria equipe. A pauta era discutida em reuniões periódicas, preferencialmente diárias, e partia de sugestões dos próprios repórteres: “O setorista ficava responsável por trazer o assunto que era importante; o tema do dia e até da semana”. “Cada setorista propunha sua pauta e isso era referendado pelo resto da equipe”. A direção do jornal, afirmam os jornalistas, pouco interferia na pauta: “A interferência da direção era mais no sentido de dizer o que a gente não podia fazer do que dizer o que a gente deveria fazer. (...) Então era: façam que a gente dá o limite”. Sem a figura específica de um pauteiro, a cobertura eleitoral da Gazeta pressupõe um

menor controle da direção do jornal – ainda que existente – sobre o material a ser publicado e, portanto, maior interferência do repórter na edição.

Já a Folha de Londrina contava com uma pauta mais bem definida. Em ambas as eleições a equipe foi a mesma. Havia um jornalista responsável pela pauta de toda a sucursal de Curitiba. O trabalho ainda era supervisionado pelo diretor da sucursal. De Curitiba, a pauta era submetida a Londrina, pela manhã, onde passava por eventuais alterações. No meio da tarde, a pauta retornava de Londrina, chamada então de “pauta consolidada”. Era o primeiro planejamento das notícias que seriam publicadas na edição do dia seguinte. Os repórteres que participavam da cobertura não interferiam diretamente na pauta, somente por meio de “recados” que deixavam no fim do dia – sugestões de reportagens que poderiam ser estendidas, eventos previstos nas agendas dos candidatos. “A maioria das pautas saía de nós mesmos. Londrina pouco interferia”, afirmam os jornalistas. É um cenário inverso ao da Gazeta do Povo: com uma pauta mais rígida, sobram menos chances de interferência aos repórteres.

Independentemente da oposição entre o maior ou menor controle da pauta dos jornais, no entanto, o padrão da cobertura foi praticamente o mesmo nos dois jornais: Priorizou absolutamente a cobertura descritiva (verificada pelo uso massivo do enquadramento episódico), em ambas as eleições e com a mesma proporção para os candidatos que polarizaram o pleito (conforme tabelas 12, 13, 14, 15, 16 e 17).

De toda forma, conforme Robinson (1981) analisa, “as decisões do *gatekeeper* são realizadas menos numa base de avaliação individual de noticiabilidade do que em relação a um conjunto de valores que incluem critérios tanto profissionais quanto organizacionais, como a eficiência, a produção de notícias, a velocidade”. Ou seja: se a figura do pauteiro é personificada ou não por um jornalista específico, o julgamento sobre quais informações podem se tornar notícia é tomado sobre as mesmas bases.

É preciso ressaltar que essas decisões típicas do *gatekeeper* se manifestam, na organização das redações paranaenses, primordialmente com base na *cultura profissional* da categoria. Relembrando Golding e Elliot (1979), “o profissionalismo, com seus valores e suas rotinas, acrescenta por si só restrições importantes a respeito da informação produzida”. Wolf (2005) reforça o conceito, citando a “existência de uma lógica específica da mídia” que interfere na imagem dos acontecimentos cobertos. Bourdieu (1998) também assinala que a prática jornalística é baseada numa série de *assunções e crenças partilhadas*: estruturas cognitivas, perceptivas e avaliativas que determinam o que “vemos e não vemos”. Através dessas crenças e assunções profissionais é o que os jornalistas decidem o que deve ou não se transformar em notícia.

Ainda sobre a pauta, dois elementos em comum foram citados pelos jornalistas de ambos os jornais como importantes na cobertura daquelas eleições: as chamadas “matérias de serviço” e as agendas dos candidatos.

“Pautas nasciam da nossa experiência com eleição. Tem matérias que são naturais – o número de candidatos, os candidatos esquisitos, os ex-aliados políticos, a ficha criminal de cada um, a lista de inelegíveis do TC (Tribunal de Contas do Estado); mulher de candidato sempre vira matéria, o índice de renovação da assembléia (Legislativa do Estado). (...) Existe um kit de matérias de eleição. Sempre aquelas que todo ano vai ter”, contam os jornalistas da Folha de Londrina. Na Folha de Londrina, as matérias de serviço eram tidas como uma “coisa meio natural”, segundo o depoimento dos profissionais. Um dos repórteres cobria com mais frequência assuntos ligados ao TRE, como ações na justiça e temas de litígio, os “pepinos jurídicos” nas palavras de um dos jornalistas. O mesmo repórter era responsável por “matérias de serviços”, porque “conhecia mais o pessoal do TRE”. Já no planejamento da cobertura daquele ano estava previsto o jornalismo de serviço: “Matérias com tribunal. Número de eleitores. Matérias de serviço puro”, relatam. No caso da Gazeta do Povo, a simples existência de um repórter setorista a temas ligados ao Tribunal Regional Eleitoral (TRE) indica a opção por reportagens de serviço, que descrevem recomendações do Tribunal aos eleitores, informam sobre mudanças no sistema de apuração, mostram os locais de zonas eleitorais e temas do gênero. A gênese desse tipo de pauta comprova a influência da cultura profissional na cobertura eleitoral: A “experiência com eleição”, a necessidade de se destacar um profissional específico para apurar esse tipo de assunto, a “coisa meio natural” são reflexos da “lente especial” que os jornalistas usam para decidir ou que será ou não visto pelo público.

Essa característica da cobertura, por si, já resulta em uma opção prioritária pelo enquadramento episódico. Em verdade, a natureza da classificação por enquadramentos não contempla este tipo de reportagem, visto que, por não trazerem “personagens” humanos à notícia (não tratam de candidatos ou eleitores), jamais poderiam ser classificadas por outro tipo de enquadramento que não o episódico – impossível categorizá-las como temáticas, personalistas ou “corrida de cavalos”.

A existência deste vício, entretanto, não interfere na validade científica do estudo dos enquadramentos. Mesmo se fossem excluídas em futuras pesquisas sobre enquadramentos as reportagens tidas como de “serviço”, e se catalogassem somente aquelas relacionadas à natureza dos enquadramentos (episódios, temas de campanha, pesquisas eleitorais, candidatos), as situações relacionadas ao processo de produção deste tipo de reportagem seriam suficientes para validar o interesse científico do objeto.



Outro ponto em comum na pauta da cobertura eleitoral dos dois jornais são as agendas dos candidatos. As agendas dos candidatos são comumente distribuídas para as redações no início da semana ou diariamente por suas assessorias de imprensa. Nelas, há informações como onde o candidato se encontrará ao longo do dia e fazendo o quê. Como se vê, as agendas acabam servindo de base para a pauta da cobertura. Debatendo a pauta da cobertura eleitoral de 2002, os jornalistas da Gazeta do Povo exemplificaram do seguinte modo: “O Requião vai estar em tal lugar, fazendo isso, ele tem falado sobre tal tema, então acho que vamos explorar tal tema”. “Ficava muito no dia-a-dia, mesmo. Se o cara falava alguma coisa que era diferente, se o Requião atacava o Alvaro de um jeito, ia a gente atrás para ver o que o Alvaro respondia. E o contrário. O Alvaro, ‘pá’, numa questão, ou falava alguma besteira lá no palanque, você ia atrás muito em cima disso”. A Folha de Londrina relata processo semelhante: “Agenda tinha direto. Até dos mais chulé (candidatos nanicos), já vinha por e-mail na época”.

A cobertura da agenda dos candidatos está relacionada, conforme depoimento de jornalista da Gazeta do Povo, ao “dia-a-dia”. Pedidos para definir melhor o que seria o “dia-a-dia”, os jornalistas responderam o seguinte: “A gente ficava primeiro antenado com os outros jornais e programas de rádio, com os programas de tevê, programa eleitoral (HGPE<sup>28</sup>), a agenda do candidato, às vezes íamos junto por onde eles passavam, a assessoria que municiava a gente de informações, mandava release<sup>29</sup>, enfim, um monte de coisa...”. “Daí você extraía, acompanhava todos os comícios de que tinha, isso era de praxe. (...) Ficava muito na agenda do cara”. “Todo dia ou você tinha um comício ou um debate. Era difícil dia que não tinha ou comício ou debate”. “Você acabava indo ali, pegava uma coisa que eles falavam... Estava ali presente nos eventos”. “Então eram *coisinhas do dia-a-dia*. Detalhezinhas que a gente pegava pra contar como é que tinha sido”.

No caso da Folha de Londrina, os jornalistas relatam a rotina de acompanhamento dos candidatos: “Dependia muito do dia. Se tinha coletiva... O dia era muito dinâmico, ia com uma pauta, voltava com outra”. “(Buscávamos o) olhar de candidato, fofoca de bastidor que ia interferir na eleição. Bastidores têm importância e muito. Tem que ter serviço e informação do dia-a-dia desses caras (candidatos)”.

De formas diferentes, os jornalistas dos dois veículos descrevem uma rotina parecida: acompanhar eventos em que participavam os candidatos para, dali, extrair a notícia. Conforme o que diz um dos jornalistas da Folha: “Tínhamos fontes na Justiça Eleitoral, no governo, na prefeitura. Bem ou mal, eles não gostavam muito da gente. E quando digo fontes, não digo

<sup>28</sup> HGPE – Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral.

<sup>29</sup> Release – *Press-release*, texto informativo enviado às redações por assessorias de imprensa.

assessor. Ouvíamos o assessor só quando ele queria detonar o outro lado. Mas checávamos se procedia. Não entrávamos em briga de assessor. Se o Vanderlei<sup>30</sup> falasse que houve desvio e a prova está em tal documento, a gente ia ver. *Eu tô querendo a notícia*”.

O atrelamento da reportagem ao dia-a-dia dos candidatos revela a dependência da cobertura eleitoral da agenda dos atores políticos – “todo dia tinha um comício ou um debate”. Não por menos o tema “campanha eleitoral” foi o que sobressaiu nas coberturas de 2002, dominando 84,2% das matérias (Tabela 8), e 2004, ocupando 84,4% das reportagens (Tabela 9). O atrelamento da cobertura à agenda, ao dia-a-dia dos candidatos, revela em boa parte a adoção do enquadramento episódico. É a forma, como explica Entman (1993), em que o enquadramento ascende como função sobre o poder político, típico de um cenário de competição política em que há a concorrência tanto dos atores políticos entre si como com os próprios jornalistas na busca pela criação de enquadres.

De todo modo, o espaço aberto pelos jornais para discussão de temas de campanha durante a cobertura eleitoral não foi tampouco aproveitado pelos próprios candidatos, que se eximiram de pautar os temas de discussão das eleições. Este padrão, segundo a hipótese de *agenda-setting* levantada por McCombs e Shaw (1972), em que “as pessoas agendam seus assuntos e suas conversas em função do que a mídia veicula”, pode ser um dos parâmetros que se não explicam ao menos contribuem para a análise do comportamento do eleitor brasileiro perante o processo eleitoral.

#### 4.4 LINHA EDITORIAL: LIBERDADE OU RESTRIÇÃO?

A linha editorial de um veículo de imprensa é a forma oficial com a qual ele trata as informações que veicula em suas edições. É a política determinada pela direção do veículo que indica a visão que a empresa tem do mundo, quais seus valores, paradigmas e demais aspectos que resultem na construção de sua imagem perante o público. É o que faz um veículo ser enxergado como “liberal” ou “conservador”, de “esquerda” ou “direita”, por exemplo.

Através da linha editorial – que pode ou não ser expressada por textos editoriais –, o veículo orienta a redação dos textos que publica, definindo que termos ou assuntos devem ser explorados e a hierarquia dos temas publicados.

Muitos veículos, com o objetivo de terem clara sua linha editorial, produzem manuais de redação que expressam esses conceitos mais diretamente. Em outros casos, as políticas são

---

<sup>30</sup> Vanderlei Rebelo, assessor de imprensa do PPS.

passadas de maneira mais informal, através de orientações dos jornalistas mais experientes ou que ocupam cargos hierarquicamente superiores aos mais novos nas redações.

A definição da linha editorial por si poderia explicar a utilização de determinados enquadramentos na reportagem eleitoral. Mais do que isso, a forma como a linha editorial fosse absorvida pela equipe de cobertura e o relacionamento que os jornalistas tivessem com ela poderiam comprovar ou não a hipótese levantada por esta pesquisa, de que os constrangimentos internos à redação determinam a escolha maciça do enquadramento episódico. É preciso, entretanto, analisar empiricamente o que houve nas coberturas eleitorais dos períodos retratados nos dois jornais para se alcançar a conclusão correta.

Os jornalistas envolvidos na cobertura eleitoral dos anos 2002 e 2004 relataram diferentes visões acerca da linha editorial de seus veículos. Não que tenham descrito linhas diversas entre si, mas formas diferentes de se encarar a linha dos veículos para os quais trabalharam. Ambos, em todo caso, não manifestaram aspectos objetivos da linha editorial de seus veículos, mas sim associaram o termo “linha editorial” à aplicação ou não de restrições de temas à equipe de produção de notícias.

Jornalistas da Gazeta do Povo declararam, a esta pesquisa: “Não havia linha (editorial) proposta pela direção. Ninguém chegou em nenhum momento e disse: vamos cobrir a eleição dessa forma”. “A gente propunha as nossas pautas. Nunca houve censura de pautas. A única coisa que existia do Requião era assim: Não podia abrir página, não podia colocar Requião no título, nem começar com ele. Mesmo no segundo turno, quando ele estava polarizando com o Alvaro, lembro que saiu numa matéria o Beto Richa abrindo página e o Requião saindo embaixo”. Há uma pequena contradição na declaração: De um lado, os jornalistas afirmam que nunca houve censura de pautas. De outro, que havia restrições ao uso do nome de um dos candidatos. É um tipo de interferência, mas que, de todo modo, não corresponde ao uso deste ou daquele tipo de enquadramento na reportagem.

A despeito da ordem da direção do jornal de não destacar determinado candidato nas reportagens, fica evidenciado que, para os jornalistas, não havia orientações a respeito da linha editorial da cobertura eleitoral. “Foi determinação da direção do jornal (as restrições a tal candidato). *Não houve discussão. As pautas e a linha foram todas discutidas entre nós, entre a equipe*”. A declaração reforça o componente da importância da cultura profissional dos jornalistas no momento de definição da pauta de cobertura. A própria equipe, com suas crenças e valores, é quem decide pelo padrão de cobertura adotado.

Ainda sobre a linha editorial, os jornalistas também relataram: “O mecanismo era assim. Vinha o Arnaldo<sup>31</sup>, chegava num cantinho e falava: olha, isso aqui não pode sair. E ponto. Não se discutia porquê”. “A gente fazia reunião de pauta todo dia e na segunda-feira a gente definia as pautas especiais. Além de fazer candidatos, a gente fazia alguma coisa especial para o fim de semana, também”. “Toda essa parte era decidida pela própria equipe. (...) *A direção do jornal não interferiu na linha de cobertura. Eles só cortavam alguns pontos*, mas eram coisas pontuais”. É o contexto profissional, a organização burocrática ditando as decisões do *gatekeeper*, conforme as anotações de Warren Breed (1955): Raramente explicitada ou discutida, a linha editorial é apreendida por “osmose” e imposta mediante o processo de socialização dos jornalistas dentro da redação.

Os jornalistas da Gazeta mencionam, entretanto, a sugestão de uma linha de cobertura, feita no início dos trabalhos pelo diretor de redação: “Ainda tinha total influência do doutor Francisco<sup>32</sup> na época (...). Batia muito com que o Arnaldo pensava de cobertura, fazer uma cobertura de projeto, propositiva, uma coisa que eu acho um absurdo. De você fazer um enfoque propositivo. O que você vai fazer na educação, na saúde? Eu acho um absurdo. Quando o Beto Richa foi eleito eles publicaram em página dupla o programa de governo do Beto Richa, em corpo menor, porque não cabia nas páginas. Quem vai ler aquilo? É uma coisa absurda”.

A idéia de cobertura propositiva – nos moldes sugeridos pelo diretor de redação –, entretanto, foi rapidamente rechaçada pela equipe de cobertura: “Foi passado oficialmente, ele (Arnaldo Cruz) falava nisso todo dia, que seria uma campanha propositiva, a gente não ia atacar pessoalmente, não ia ficar pegando no pé dos caras por isso ou aquilo. *Apesar que a gente não seguia muito isso. Se tinha um negócio de detalhe de notícia, que chamava atenção, uma coisa pitoresca, você acabava colocando*. Então vinha lá, depois, críticas e tal. *Mas a gente acabava não seguindo*. (...) Imagine você fazer o que o cara pensa sobre isso, o que o cara pensa sobre aquilo... Se pegar a história da Gazeta, nas eleições, quando os caras tentaram fazer isso, é terrível, é terrível...”. A “cobertura propositiva”, conforme dizem os jornalistas da Gazeta, seria uma cobertura feita sobre os programas de governo dos candidatos, e não sobre temas propostos pela imprensa aos candidatos.

Novamente, a cultura profissional surge ditando os padrões de cobertura do jornal, mesmo contra as orientações da direção da empresa. Os jornalistas declaram não seguir as determinações da chefia, que pede um tipo de cobertura propositiva, porque entendem que a *melhor* notícia é aquela que somente eles, inseridos no dia-a-dia da campanha, eram capazes de

<sup>31</sup> Arnaldo Cruz, diretor de redação da Gazeta do Povo à época.

<sup>32</sup> Francisco Cunha Pereira, diretor-presidente da Rede Paranaense de Comunicação, dona da Gazeta do Povo.

enxergar. Além disso, o agravamento do embate entre a direção e a equipe de repórteres reforçará, como se verá, o mecanismo de autocensura imposto pelos jornalistas da Gazeta a si mesmos.

Na opinião dos jornalistas da Gazeta, a tal cobertura propositiva “fugia do dia-a-dia da pauta. Ninguém queria saber disso”. Entretanto, eles relatam que haveria uma maneira de aliar seus conceitos próprios de cobertura eleitoral a uma idéia dita propositiva: “Você fica numa discussão: O que é melhor fazer numa cobertura? Você pegar temas propositivos ou pegar a realidade política do país e debater isso aí? Realidade política. Tá acontecendo isso e isso. Como é que você vai fazer pra resolver tal problema. Acho que é por aí. (...) O que o cara quer saber (...). Ele quer saber, ‘pô, eu tenho um problema aqui, como é que o cara vai fazer pra resolver isso aqui?’. Acho que esse é o debate”. A cobertura propositiva, então, só é válida se realizada mediante temas que interessem ao leitor. E é a própria equipe de reportagem que sabe e decide o que interessa a seu público.

Mas a cobertura realizada pelos jornalistas da Gazeta em 2002, ficou, segundo suas declarações, num caminho diverso: “Não houve nenhum debate, entre a equipe mesmo. O que havia, a forma da gente colocar, *foi mais no dia-a-dia*, mesmo. *Mais em cima de notícia*. Esse debate teórico, não houve em nenhum momento”. A intenção, declaram eles, era dar a “informação neutra. Não tinha tendência. Ouvíamos os dois lados”. Segundo os jornalistas, a linha da Gazeta do Povo era de apoio ao candidato Alvaro Dias (e contrária a Roberto Requião, a julgar pelas instruções de não se destacarem reportagens em que ele fosse o personagem principal), embora, dentro da equipe, a intenção fosse por produzir um noticiário neutro: “Na editoria ele não tinha privilégios”. A referida linha de apoio a tal candidato, entretanto, não teria sido nunca esclarecida pela direção, ainda que tenha sido naturalmente “absorvida” pela equipe: “A direção nunca foi falar com a gente. (...) Você sabia qual era a linha do jornal, sabia o espaço que tinha. Eles diziam o que podia ou não podia. Isso se alterava pelo período. Podia ficar mais grave e mais *light*. Na campanha de 2002, como o Requião avançou, foi ficando mais grave. Cada vez menos você pode falar do Alvaro Dias, qualquer coisa que fosse contra o Alvaro”. É o mecanismo de autocensura se aplicando à rotina de produção de notícias. Na iminência das restrições se tornarem cada vez mais claras, ao ponto de serem verbalizadas pela direção do jornal tolhendo *oficialmente* o trabalho da equipe de reportagem, era preferível adotar um comportamento que evitasse o confronto. É o tipo de constrangimento que pode influenciar a opção por um determinado padrão de cobertura. Como produzir mais reportagens enquadradas como “corrida de cavalos”, por exemplo, se existe uma orientação para não se citar o nome de

um dos candidatos? O uso do enquadramento descritivo, então, surge como uma saída para essa questão.

Os jornalistas da Folha de Londrina, por sua vez, declaram que a linha editorial do veículo foi informada à equipe de cobertura pela direção do jornal. De acordo com seu relato, antes do início da cobertura das eleições de 2002 houve uma reunião, em Londrina, onde foram acordados, entre as redações de Londrina e Curitiba, as bases da cobertura daquele ano: “Foi feito um planejamento lá (em Londrina). A Folha fez um editorial dizendo que estava fazendo um regramento da cobertura das eleições. Seria um jornal independente, que iria priorizar assuntos mais pertinentes, não ia entrar em brigas intestinas dos candidatos. (...) A Folha de Londrina iria dar um tratamento especial e prioritário às eleições. (...) Candidatos com maior peso eleitoral nas pesquisas teriam mais matérias do que os outros. (...) O ideal seria dar espaço igual, milimetricamente para todos os candidatos. Mas isso posso assegurar, não ocorria, era proposital assim. (Foi definido que) Vão render matérias os candidatos que têm maior densidade”. Segundo essa última declaração, poderia se entender que a orientação da direção da Folha de Londrina até estimulava um padrão de cobertura que privilegiasse o aspecto personalista da campanha. Essa orientação, no entanto, não se refletiu no padrão de cobertura das eleições, que se manteve eminentemente descritivo nas duas eleições.

De acordo com o relato dos jornalistas, já neste planejamento da cobertura foram definidas bases de liberdade e interferência à equipe de cobertura: “O diretor de redação, Walter Ogama, não interferia aqui (em Curitiba). O Zé Eduardo<sup>33</sup> interferia muito pouco. (...) A gente era bem livre para fazer as coisas. (...) Como ninguém ajudou ele (Andrade Vieira)<sup>34</sup>, pode bater em quem quiser. (...) Isso nos beneficiava”. O posicionamento oficial do jornal perante aquelas eleições, então, era “independente”. “Não houve orientação de sentar a lenha em todo mundo. A orientação era: não vamos proteger absolutamente ninguém. Isso foi escrito em editorial em pleno julho de 2002. Um editorial dizendo que tinha sido feito um plano de discussão, um planejamento específico para as eleições. (Que orientava a) Se envolver o menos possível e a escrever matérias que não protegessem nenhum candidato”. Novamente, a questão da linha editorial perpassa aspectos de liberdade ou restrição.

---

<sup>33</sup> José Eduardo de Andrade Vieira, proprietário da Folha de Londrina, ex-senador, ex-ministro de estado e ex-proprietário do Banco Bamerindus, vendido ao estrangeiro HSBC em 1997, após intervenção do Banco Central do Brasil.

<sup>34</sup> Em reportagem do jornal Valor Econômico do dia 5 de março de 2007, de autoria de Marli Lima, José Eduardo de Andrade Vieira afirma, em entrevista, que a liquidação do banco “foi um fato político, não econômico”, resultado de inimizades que colheu no meio político e que dificultaram a liberação de dinheiro para sanear a instituição.

A linha editorial, dizem, era a mesma que vinha da cobertura de política, no período pré-eleições: “Na Folha de Londrina não se falava, podia”, afirmam os jornalistas. A questão parecia bastante resolvida para a equipe: “Desde que eu cheguei (ao jornal) o que sempre disseram foi: ‘*Não tem restrição nenhuma*. Pode falar o que quiser, como quiser, não tem problema. Desde que ouça o outro lado’. Nunca tivemos problemas na Justiça. Era meio que natural. Na campanha procuramos fazer o que fazíamos antes. Íamos muito pelo bom senso. (...) *Tudo era permitido*, desde que ouvido o outro lado e que não trouxesse problema de nos acusarem de mentir”. O discurso, apesar de colocar em oposição o “grau de liberdade” dos dois jornais, somente reforça a manifestação da cultura profissional do jornalista, agora sob o rótulo de sua importância social, sintetizado na imagem do *cão-de-guarda* (*watchdog*) da sociedade, o quarto poder, o vigilante dos poderes. Garbarino (1982) descreveu este aspecto da cultura profissional como “um emaranhado inextricável de retóricas de fachada e astúcias táticas, de códigos, estereótipos, símbolos, padronizações latentes, representações de papéis, rituais e convenções, relativos às funções da mídia e do jornalista na sociedade”. Isto é, a “retórica de fachada”, os “estereótipos”, as “representações de papéis” citados por Garbarino surgem na declaração do jornalista da Folha de Londrina ao emular a imagem de um profissional com total liberdade de ações, respeitador da ética profissional e cumpridor de sua função social mas cujo resultado das ações, entretanto, é, conforme o levantamento registrado por este trabalho, muito semelhante ao daquele que acusa severas restrições à sua atividade.

Comparando a sua cobertura com a da concorrência (notadamente a da própria Gazeta do Povo), os jornalistas da Folha referem à “história da Folha de Londrina” para reforçar a linha do seu trabalho: “A história da Folha de Londrina mostra que ela sempre foi briguenta e agressiva. Isso desde a época da Mari Tortato<sup>35</sup>. O próprio ambiente fez com que fizéssemos isso. (...) A própria história de Londrina mostra que ela sempre foi uma cidade mais briguenta e crítica. (...) Nunca tivemos medo de cair matéria”. A cobertura das eleições pela Folha de Londrina em 2002 teve 86,86% de suas matérias enquadradas como episódicas, privilegiando uma cobertura descritiva, portanto. Em 2004 o padrão foi mantido: 93,6% das reportagens foram episódicas. Nas duas eleições, a proporção de matérias episódicas foi maior na Folha de Londrina do que na Gazeta do Povo (ver Tabelas 12 e 13).

É notória a inversão de valores que relatam os jornalistas da Gazeta do Povo e da Folha de Londrina no que diz respeito à linha editorial dos jornais. Enquanto uns a associam a restrições impostas pela direção do jornal, outros identificam-na com uma total liberdade no

---

<sup>35</sup> Jornalista paranaense, ex-diretora de redação da Folha de Londrina em Curitiba e atualmente correspondente da Agência Folha em Curitiba.

tratamento de temas. Importante ressaltar que, à exceção das orientações da Folha de Londrina de “manter uma postura independente” e “não privilegiar candidato algum”, os jornalistas não citam maiores referências às linhas editoriais dos veículos para os quais trabalharam – independentemente de elas terem sido ou não defendidas em textos editoriais. A linha era absorvida naturalmente pela equipe, fosse pelo sentimento que os repórteres e editores tivessem em relação às opiniões da direção de redação, fosse pela suposta “tradição” do veículo para o qual trabalharam.

#### 4.5 OBJETIVOS, LEITOR E DEFINIÇÃO DE NOTÍCIA

Durante o debate sobre a linha editorial da Gazeta do Povo na cobertura eleitoral de 2002, os jornalistas que participaram do encontro proposto por esta pesquisa relataram, em algumas oportunidades, contrariedade à idéia de uma “cobertura propositiva”, pelo menos àquela sugerida pela direção de redação. Ao discutir o objetivo que a equipe tinha na cobertura eleitoral de 2002 e 2004, os jornalistas da Folha de Londrina citaram, também, a questão da cobertura propositiva: “Do jeito que a eleição se mostrava, era possível falar para as pessoas mais coisas, ter uma maior ousadia. (...) Pela inércia do concorrente (Gazeta do Povo), a gente se achava bom nisso e fazia bem isso. (...) Valia muito mais uma matéria picante, em que se discutisse as coisas... (...) A gente poderia fazer uma matéria de plataforma de governo de cada candidato, mas eu vi, na eleição de 2004, a Andréia Bordinhão<sup>36</sup> ouvindo um especialista de cada proposta que o Beto Richa fez e que o Angelo Vanhoni fez. Isso eu lembro. A gente discutiu e disse: ‘Vamos colocar, pra não acusarem que a gente não está defendendo as propostas dos caras, vamos colocar as propostas deles, mas vamos questionar até que ponto isto é viável e não é’. E tem uma matéria bem grande sobre isso. Até lembro do título: ‘Festival de promessas’”. Em 2004, a Folha de Londrina publicou somente três reportagens enquadradas como temáticas, ou que tratam de temas eleitorais.

A forma como os jornalistas da Folha relatam a maneira como fizeram, em algum momento, uma cobertura “propositiva” é bastante semelhante ao que declararam seus colegas da Gazeta: Com um certo desdém sobre o programa de governo de cada candidato; com uma idéia própria do que seria uma cobertura propositiva – raramente colocada em prática –, o “discutir a realidade política”, conforme dito por um dos jornalistas. Uma declaração de um dos participantes do grupo reforça a tese: “Tem um outro fenômeno, que acontece invariavelmente

---

<sup>36</sup> Uma das jornalistas da Folha de Londrina em Curitiba que não participava diariamente da cobertura eleitoral mas que eventualmente colaborava com reportagens para a seção política.



não só com a Gazeta, mas que eu percebi em toda cobertura de eleição. Quando você fala da questão propositiva, em tese o programa de governo do cara, ele começa a te despejar um monte de números, que não significam absolutamente nada, sabe? Fala, ‘ah, o que você vai fazer pela educação? Vou investir tantos milhões, para atender não sei quantos mil jovens de tanto a tanto’, e que na prática você não sabe se esses tantos milhões são muito ou pouco, se o número de jovens é muito ou pouco. Você não consegue dimensionar esses números. Eles despejam números que decoram e acaba virando um nada isso aí”.

No entendimento desses jornalistas, então, a cobertura eleitoral propositiva – nos moldes em que é sugerida pelos jornais paranaenses – não é a ideal. Preterir este tipo de cobertura, portanto, resulta por si no abandono de um uso mais freqüente do enquadramento temático – que enfatiza as posições e propostas dos candidatos sobre os aspectos substantivos da campanha, cuja ênfase é nas plataformas e programas representados pelos postulantes.

Os jornalistas da Gazeta do Povo, quando questionados sobre seus objetivos ao redigir as reportagens daqueles períodos eleitorais limitaram-se a dizer que buscavam “informação neutra, sem tendências, ouvir os dois lados”. A equipe, relatam, afastava-se de qualquer caráter autoral nos textos. “Não tinha espaço para opinião”, dizem. “Exceto nas colunas”. A equipe da Folha de Londrina relata algo semelhante: “(o texto) Seguiu a linha mais crítica da Folha. Era crítico, denso, com números, detalhista. Crítico mas não apelativo. Eram matérias secas. (...) Qualquer piadinha na matéria, (...) punha no Informe<sup>37</sup>”. A idéia do texto neutro, da ausência do caráter opinativo, entretanto, não elimina a adoção de enquadramentos. Enquadrar, afinal, é selecionar e salientar. Conforme escreve Entman (1994), “enquadrar significa selecionar alguns aspectos de uma realidade percebida e fazê-los mais salientes em um texto comunicativo, de forma a promover uma definição particular do problema, uma interpretação causal, uma avaliação moral”.

Durante o encontro com os dois grupos, o debate sobre as motivações e objetivos da cobertura eleitoral de cada jornal foi um dos mais breves entre todos os discutidos. Para além da propalada neutralidade, pouco mais disseram os jornalistas objetivamente sobre seus objetivos pessoais durante a cobertura. Os temas mencionados pelos profissionais, entretanto, não são desprezíveis de atenção por esta pesquisa. Conforme se verá a seguir:

No grupo da Gazeta do Povo, o debate iniciado no tema “objetivos ao se redigir o texto” rumou para a cisão entre a equipe de repórteres e a direção do jornal. A divisão, relataram os jornalistas, se deu logo no início dos trabalhos. “Porque a direção nunca foi falar com a gente”.

---

<sup>37</sup> Informe Folha era e continua sendo o nome da coluna de notas políticas da Folha de Londrina.

“A direção só ia ver o que a gente tinha produzido na página<sup>38</sup>. Quando por um motivo ou outro a direção dizia que esse material não pode, meu papel (de editor) era justamente defender esse ponto de vista da equipe. ‘Isso é notícia por causa disso, disso e daquilo’. Nem sempre eu conseguia”.

O embate entre a equipe de reportagem e a direção da redação acabava por resultar na “edição prévia” dos temas eleitorais que se transformariam em notícia: “Você acaba se autocensurando. Por que fazer, se vai bater na trave lá na frente? Vai sobrar pro coitado no final da noite ali (o editor)? Para quê nós vamos se dar ao trabalho (sic) de cobrir isso aqui, de ir atrás do negócio... Vamos ficar quietos aqui, se for o caso dar uma nota e fim de papo”. É, novamente, a manifestação da autocensura como mecanismo relevante na produção de notícias. Dados os impedimentos sugeridos pela chefia de redação à equipe de reportagem, mesmo que o repórter apurasse uma pauta supostamente contrária à linha editorial do jornal, ele não se daria sequer ao trabalho de escrevê-la, vez que a peça certamente seria embargada e o espaço inicialmente destacado a ela haveria de ser preenchido de outra forma, com muito menos tempo disponível para a realização da tarefa. A preferência não-declarada por um enquadramento, nesse caso, está ligada à restrição de temas feita pela chefia. É de se supor que, por conta desse mecanismo de autocensura, os jornalistas adotassem uma postura profissional que fosse menos polêmica. Nesse caso, produzir reportagens descritivas é menos provocativo que trazer à tona temas de campanha, por exemplo. De todo modo, conforme escreve Wolf (2005), os valores-notícia – valores capazes de transformar uma informação em notícia – estão presentes ao longo de todo o processo de produção jornalística, desde a seleção até a elaboração da notícia.

O depoimento sobre a autocensura casa com algumas declarações dadas pela equipe em outros momentos da reunião. Ao responder sobre a eventual influência de colegas de redação de outras editorias na pauta política, os jornalistas mencionaram o seguinte: “A gente também tinha muita resistência ao que vinha da direção, da chefia. Sempre desconfiava. Então a gente procurava se preservar um pouco. A gente se reunia muito fora da Gazeta. A gente reunia no cafezinho, na casa do Marcus. *Virou uma família. A gente se aproximou bastante.* (...) A gente se segregou um pouco”. O processo de socialização dentro das redações é um dos componentes principais dos estudos da comunicação que dizem respeito à “distorção involuntária”, que

---

<sup>38</sup> Na Gazeta do Povo, a notícia segue o seguinte percurso, da apuração do repórter à impressão no papel: A partir da pauta, o repórter apura as informações com suas fontes. De volta à redação, debate com o editor a forma de abordar o assunto no texto. O texto é redigido e entregue ao editor, que o lê, revisa, promove alterações que julgar necessárias e o remete ao diagramador, que inserirá o texto ao desenho da página. Imprime-se, então, uma prova da página, que será novamente revisada pela equipe, para então ser encaminhada à chefia de redação, que promoverá as últimas alterações. Após aprovada, a página é remetida para a impressão final.

remetem, mais uma vez, à cultura profissional do jornalista. Essa distorção, vale relembrar, não está relacionada a violações de conduta e autonomia profissional, mas à forma como a profissão do jornalista é organizada, institucionalizada e desempenhada.

A segregação, esclarecem os jornalistas, não acontecia em relação aos colegas de outras editorias, mas à direção. “Até porque era engraçado. A gente trabalhava e tinha que convencer a direção de que tinha que trabalhar”. “Você levava ao cara a idéia, ele vinha com um monte de senão. Então era melhor esquecer. Esconde dele, na hora em que estiver pronto...”. “No nosso caso não houve tanta autocensura. Mas havia. Não era uma coisa tão explícita, mas sabia. Era perder tempo. Você sabia que ia perder tempo”.

A partir destes depoimentos, o conflito poderia ser resumido na seguinte equação: A equipe de redação (repórteres e editor) desejava *trabalhar*, deseja *dar a notícia*, fosse ela negativa ou positiva a quem fosse. As aparentes restrições da direção do jornal, no entanto, faziam com que os jornalistas, em maior ou menor grau, se autocensurassem, procurando redigir reportagens que se adequassem à suposta (porque nunca declarada) linha editorial do jornal, materializada pela falta de diálogo imposta pela direção da redação à equipe de redatores. Essa descrição remete ao que Magistretti (1981) chamou de “série de negociações” sobre o produto informativo que têm como objetivo definir *o que* deve ser inserido e *de que modo* deve ser inserido no jornal: “Essas informações são realizadas pelos jornalistas em função de fatores com diferentes graus de importância e de rigidez, e ocorrem em momentos diversos do processo de produção” (MAGISTRETTI, 1981, p. XX).

Os jornalistas da Folha de Londrina, por sua vez, referem-se ao tema “objetivos ao se redigir os textos” lembrando da postura dos repórteres durante a cobertura: “(Prestávamos atenção no) Olhar de candidato, fofoca de bastidor que ia interferir na eleição”. “Era comum nós irmos entrevistar o cara, saíam as televisões, nós voltávamos: ‘É isso mesmo?’. A gente desconfiava. A gente era de uma determinação horrorosa. Saíamos à tarde, parecia que estávamos indo para a guerra”. Declarações que, novamente, reforçam a imagem profissional que o jornalista tem de si mesmo, neste caso, do observador capaz de perceber o que o olho destreinado não vê, e que, mais uma vez, apontam para a questão da cultura profissional.

A postura dos repórteres, transmitida às notícias publicadas pela Folha de Londrina nas eleições de 2002 foi a mesma na eleição seguinte, segundo os relatos: “Até o primeiro turno continuou na mesma linha. Matérias pegando no pé dos candidatos”. De alguma forma, o padrão de cobertura da Folha de Londrina foi mantido em 2004 em relação a 2002, tanto nos temas das matérias (Tabelas 8 e 9) como nos enquadramentos (Tabelas 12 e 13).

No segundo turno de 2004, entretanto, um fato provocou a mudança dessa atitude, a demissão do chefe da sucursal, Leandro Donatti, ao final do primeiro turno das eleições. “Que importância o jornal deu para 2004 sendo o chefe de sucursal ser demitido em pleno início de segundo turno? Nunca imaginei que a Folha fosse irresponsável nisso. Querendo ou não eu (Leandro Donatti) era um amálgama, o troço que segurava. Não foi motivo político”.

A declaração do ex-chefe da sucursal sobre a situação foi confirmada pelos outros membros da equipe: “(Depois da demissão) O moral baixou. As matérias não emplacavam muito. As pautas eram pequenas. Davam no máximo uma página, meia página”. “Na eleição de Curitiba, por conformismo sabíamos que nossas matérias seriam segundo plano”. Entre as principais justificativas para isso, a alta temperatura da disputa em Londrina, protagonizada por Nedson Micheletti, do PT, e Antônio Belinati, do PSL. A demissão do chefe e coordenador da cobertura eleitoral em Curitiba no meio do pleito, então, se deu também porque Londrina se preocupava muito pouco com a disputa curitibana naquela ocasião. De fato, os números mostram uma diminuição severa no volume de cobertura da Folha de Londrina entre o primeiro e o segundo turno das eleições de 2004. No primeiro turno, a Folha dedicou 28.640,18 centímetros quadrados ao pleito municipal de Curitiba. No segundo turno este número caiu para 16.173 cm<sup>2</sup>.

Ao longo das recordações sobre linha editorial, pauta, redação e edição na cobertura eleitoral de 2002 e 2004, os jornalistas de ambos os jornais citaram poucas vezes, espontaneamente, a figura do leitor de seus trabalhos.

As duas equipes concordaram em definir aspectos da cobertura que *interessem ao leitor* – a discussão da realidade política, o dia-a-dia dos políticos. Entretanto, demonstram pouca exatidão quando pedidas para descrever *quem é seu leitor*.

“Escrevemos para o político e para o pessoal mais tradicional, classes A e B e no máximo C. A elite conservadora e políticos”. “Curitiba tem uma população de 2 milhões de pessoas. A Gazeta do Povo vende 30 mil exemplares. A maioria dos leitores são funcionários públicos e assinantes, os tradicionais”. “O alcance é limitado. (...) Não atinge o leitor. O leitor não é o formador de opinião. É elite. Classe média-alta e funcionário público”.

Soa mais fácil para os jornalistas especular sobre os interesses desse leitor: “O que interessa ao leitor é bastidor, politicagem, às vezes serviços”. “Temos uma preocupação com a notícia. Isso é uma coisa meio intuitiva. Na política o público é heterogêneo e nem sempre conhece a linguagem, quer que explique tudo. Na política o leitor mesmo quando sabe, quer que explique. Exige didatismo”.

Para outro dos participantes do grupo da Gazeta, não se sabe ao certo qual é o público. “É a dona-de-casa de classe média”, arrisca. “A cobertura interessa a quem? Qual o leitor?”. “A cobertura se espelha nos jornais-modelo: Folha de São Paulo, O Globo. O debate é atrelado ao dia-a-dia, à ordem do dia”. De todo modo, a cobertura “esbarra no entendimento raso do leitor”. “Os hábitos de leitura do brasileiro não são dos melhores, textos de 1,5 mil caracteres não são para qualquer um. Não existe leitor jovem, só antigo”. Ao final, uma conclusão: “Se a gente pensasse muito, chegaria à conclusão de que não vale a pena escrever. Então a gente fazia sem pensar”.

É contraditória a avaliação que os jornalistas fazem de seu leitor se comparada aos valores que expressam como categoria profissional. De um lado, a boa cobertura eleitoral é aquela que “debate a realidade política”, que fala sobre temas que interessam ao leitor, que busca a notícia “importante” não obstante todas as barreiras encontradas pelo caminho. De outro, não se tem uma imagem clara de quem é esse leitor, e quais sejam de fato seus interesses. Ao final, seria possível que os jornalistas, caso soubessem quais os interesses reais de seu público, optassem por manter um tipo de cobertura diverso, alegando que, se não é isso que o leitor deseja ler, é o que ele *deveria* ler. Interesse público, então, não é o interesse *do* público, mas de um público ideal.

Por outro lado, existe, lembra um dos jornalistas, a “questão documental”. “O jornal é uma coisa palpável. Serve ao menos como registro e discussão do meio. Outros meios, como a internet, ainda não têm essa confiabilidade”.

Para os jornalistas da Folha de Londrina, parece mais fácil compreender quem é seu público leitor: “Escrevíamos para nossas fontes. O público leitor era a Assembléia (Legislativa), colegas jornalistas e nossas famílias”. “Impacto, se houve, foi em Londrina”. Mas não haviam meios de se registrar o perfil deste leitor no interior do estado. “Nos sentíamos a sucursal com o filé. Mas o leitor estava em Londrina e região”. Cabe lembrar que, num dado momento, os jornalistas da Folha de Londrina mencionam a necessidade de se noticiar os bastidores da política: “Tem que ter serviço e informação do dia-a-dia desses caras”. Ora, se o grande público leitor do jornal é formado pelos próprios atores políticos, qual o propósito de se realizar esse tipo de cobertura?

A percepção que os jornalistas têm de seu público não altera a definição que cada um deles, em particular, faz do que é notícia. Vimos anteriormente, no capítulo que trata de critérios de noticiabilidade (o que faz um fato virar notícia), que, para Traquina (2005), noticiabilidade é o “conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico, possuir valor como notícia”. Para Wolf (2005), a noticiabilidade é “construída pelo

complexo de requisitos que se exigem para os eventos do ponto de vista da estrutura do trabalho nos aparatos informativos e do ponto de vista do profissionalismo dos jornalistas – para adquirir a existência pública de notícia”. Altheide (1999) simplifica, dizendo que “notícias são os que os jornalistas definem como tais”.

Pedidos para fazer uma definição particular do que é notícia, os jornalistas da Gazeta do Povo responderam o seguinte:

“É o que tenha interesse público, o que reflete na vida das pessoas. É, de alguma forma, prestar serviço para a sociedade com as informações”.

“Notícia é um fato histórico que tenha alguma coisa nova ou curiosa”.

“É o que me chama atenção”.

A mesma questão foi respondida da seguinte forma pelos jornalistas da Folha de Londrina:

“É uma coisa relevante com impacto na sociedade”.

“É algo relevante, de interesse do leitor”.

“Notícia é a boa notícia: Aquela que é apurada, checada, e que pode mudar, causar indignação ou alívio. Que faz o leitor entender o mundo do qual ele faz parte mas não percebe”.

A partir dessas definições, pode-se dizer que, para os jornalistas que participaram dos encontros, são valores-notícia: interesse público, importância histórica, novidade, relevância e didática. A figura do leitor aparece em várias das definições: Na “vida das pessoas”, na “sociedade”, no “interesse” do leitor. Em alguns casos, a notícia está relacionada somente ao entendimento do mundo do próprio jornalista: o fato curioso, ou o que lhe chama atenção, comprovando a definição mínima de Magistretti. Definições que, na prática, encontram uma imagem de leitor subjetiva e pouco clara e que, mais uma vez, refletem a cultura profissional como prisma da realidade.

## CONCLUSÃO

Partindo do conhecimento acumulado no campo de pesquisa em comunicação e política no Brasil, este trabalho buscou investigar os constrangimentos que levam os jornalistas (*newsmakers*) a adotar certos tipos de enquadramento – conforme identificação de Mauro Porto em seu trabalho de 2001 – durante a produção de reportagens nos períodos eleitorais de 2002 e 2004. Para tanto, cruzou-se os dados sobre padrões de cobertura eleitoral pela imprensa paranaense obtidos pelo Grupo de Pesquisa em Comunicação e Política da Universidade Federal do Paraná com declarações de jornalistas participantes das coberturas nos jornais paranaenses Gazeta do Povo e Folha de Londrina em grupos focais organizados para este fim.

Em seu trabalho sobre o comportamento da mídia brasileira nas eleições norte-americanas de 2000, Mauro Porto sugeriu a classificação das reportagens do período eleitoral por quatro tipos de enquadramento: episódico, temático, personalista e “corrida de cavalos”. Enquadramentos são recursos que organizam o discurso através de práticas específicas (seleção, ênfase, exclusão) e que acabam por construir uma determinada interpretação dos fatos.

No trabalho realizado pelo Grupo de Pesquisa em Comunicação e Política da Universidade Federal do Paraná sobre as eleições paranaenses de 2002 e 2004, verificou-se o uso maciço do enquadramento episódico, que resulta numa cobertura de imprensa mais descritiva, menos personalista e propositiva, entre outros aspectos. Uma cobertura pautada pelo enquadramento episódico significa que os jornalistas basicamente se restringem a relatar os últimos acontecimentos sem a utilização de enfoques que caracterizam os demais tipos de enquadramento. Na nomenclatura de Porto, o enquadramento episódico refere a notícias centradas em eventos que relatam fatos ou declarações de atores.

Cruzados os dados da teoria sobre noticiabilidade – especialmente os estudos do *gatekeeping* (guardião-de-cancela) trabalhados por Kurt Lewin em 1947 até as últimas definições sobre enquadramento a partir da hipótese do *agenda-setting* traçadas por Robert Entman em 1993 – com o depoimento de jornalistas participantes das coberturas eleitorais de 2002 e 2004 na Gazeta do Povo e na Folha de Londrina, é possível concluir que a equipe de cobertura eleitoral dos dois jornais prioriza a “notícia”: em suas definições, o que chama atenção, o que é fato histórico, de relevância e que desperta o interesse do “leitor”. Essa prioridade faz com que o enquadramento utilizado com maior constância nas reportagens eleitorais seja o episódico.

Na Gazeta do Povo, verifica-se um constrangimento interno à equipe que determina o uso desse tipo de enquadramento. A própria equipe de cobertura que definia a pauta e o teor

das reportagens. Ao editor, cabia defender essa produção perante a direção da redação, colocada pelos jornalistas como antagonista à equipe. A pauta ficou no “dia-a-dia”, refém da agenda dos candidatos. A opção pela cobertura descritiva se faz com objetivo de se tecer um retrato histórico do momento. É uma manifestação evidente da cultura profissional do jornalista, conforme as pesquisas sobre o *gatekeeper* realizadas por Robinson (1981) e outros.

Na Folha de Londrina, a equipe de cobertura procura preservar um dito histórico do jornal e da própria cidade de Londrina, descritos como “crítico” e “combativo”. O perfil crítico se revela numa suposta liberdade temática dos redatores. Mas também há atrelamento ao descritivo em função de se cobrir a agenda do candidato e da necessidade de se noticiar serviços. De fato, a cobertura eleitoral da Folha de Londrina é tanto ou mais descritiva que a da Gazeta do Povo. Nos dois períodos estudados, ela registra taxas maiores que 80% no volume de reportagens enquadradas como episódicas. Neste jornal, constata-se um constrangimento provocado pelo perfil dos jornalistas da casa. Um exemplo que bem demonstra esta situação é um fato ocorrido nas eleições de 2004: Quando o chefe da sucursal é demitido em pleno decurso das eleições, a equipe refere a uma “queda da moral”. É um indicativo de que a escolha do padrão de cobertura é também influenciada pelo padrão de comportamento da equipe, novamente remetendo à sua cultura.

Em ambos os veículos, não necessariamente se verifica um constrangimento interno à redação – que leve à adoção de determinados enquadramentos –, mas à *cultura do jornalista*, tanto acadêmica quanto a respeito de valores passados de geração em geração. Para esses jornalistas, “linha editorial” representa liberdade ou restrição na abordagem de temas. Fazer uma boa cobertura é “dar a notícia”, independentemente da confusão conceitual por trás disso: fala-se abertamente de interesse público, mas qual é o público enxergado como leitor? O relato factual e a transcrição de declarações de fontes são reflexos da necessidade do jornalista aparentar neutralidade na cobertura eleitoral. Essa exigência corresponde ao *ethos* do jornalista, os paradigmas e práticas profissionais adotados como naturais pela categoria, conforme a análise de Garbarino (1982).

A hipótese levantada por esta pesquisa, então, está comprovada desde que o constrangimento interno à redação se localize na **cultura** do jornalista, devidamente manifestada no ambiente da redação, no relacionamento entre a equipe de trabalho e não necessariamente perante demais colegas ou a direção do jornal. É essa prática que leva a um suposto conhecimento prévio dos interesses do leitor, à busca pelo “interesse público” sem saber com clareza quem é esse público, à adoção de uma cobertura descritiva resultante de negociações internas que definem o que e como deve aparecer no jornal.



O enquadramento episódico, conforme a definição de Porto, restringe a notícia ao relato de acontecimentos, em detrimento do jornalismo dito interpretativo. Trata-se de um noticiário orientado por eventos que provoca reações individualistas no público, em oposição ao debate de argumentos orientados a fatores sociais ou estruturais mais amplos, conforme o que diz Iyengar (1991; apud PORTO, 2001). Se o enquadramento nos diz *como* pensar os temas estabelecidos pela agenda, é de se supor que a prática de adoção massiva do enquadramento episódico leve o leitor a fazer uma leitura superficial do processo eleitoral, entendendo-o como mera sucessão de eventos, e não como cenário para debate e participação política.

A opção por uma cobertura de imprensa meramente descritiva, que, portanto, se exime de patrocinar o debate político, e que tende a se reproduzir enquanto os processos de socialização internos às *newsrooms* não sofram grandes alterações, pode ser um dos fatores que auxiliem a manutenção do *status quo* do cenário político brasileiro. Da mesma forma, ao perceberem a imprensa como um agente que se limita a relatar os acontecimentos da campanha eleitoral, os atores políticos abandonam eles próprios a possibilidade de introduzirem temas relevantes ao debate político nacional.

A visão e o “uso” que a classe política faz da imprensa poderiam ser melhor explorados por futuras pesquisas deste campo, num esforço pelo entendimento das regras de funcionamento e comportamento dos meios de comunicação de massa, que, afinal, são intrínsecos ao bom funcionamento da democracia, não somente por se rogarem como os *vigilantes* da sociedade, como principalmente por serem o canal de intermediação entre o público e o mundo à sua volta.

## REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

ALTHEIDE, David. **Creating reality: How TV news distorts events**. Beverly Hills: Sage Publications, 1999.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BREED, Warren. **Social control in the News Room: a Funcional Analysis**. Social Forces, n. 33.

CERVI, Emerson; FUKS, Mário. A cobertura da mídia impressa nas eleições municipais de Curitiba 2000. In: CARVALHO, Rejane V. A. de. **A produção da política em campanhas eleitorais: Eleições Municipais de 2000**. Fortaleza: Pontes, 2003.

CERVI, Emerson; FUKS, Mário. **Mídia impressa e Eleições no Paraná para Governador do Paraná em 2002**. In: Cadernos da Escola de Comunicação UniBrasil, v. 2, 2005.

CERVI, Emerson Urizzi. **A cobertura da imprensa e as eleições presidenciais 2002**. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/cervi-emerson-imprensa-eleicoes-2002.html>> Acesso em: 29.jan.2005.

COLLING, Leandro. **Agenda-setting e framing: reafirmando os efeitos limitados**. In: Revista Famecos, nº 14. 2001.

ENTMAN, Robert. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. In: LEVY, Mark R.; GUREVITCH, Michael (eds.). **Defining media studies**, pp. 293-300. New York: Oxford University Press, 1994.

ERBOLATO, Mário. **Técnicas de codificação em jornalismo – redação, captação e edição no jornal diário**. São Paulo: Ática, 2004.

GITLIN, Todd. **The whole world is watching**. Berkeley: University of California Press, 1980.

GOFFMAN, Erving. **Frame analysis: an essay on the organization of experience**. Nova York: Harper & Row, 1974.

HIRSCH, Paul M. **Occupational, organizational and institutional models in mass media reserach: Toward na integrated framework**. In: Annual Reviews of Communication Reasearch, v. 6, 1977.

KATZ, Elihu. **Communication research and the image of society: Convergence of two traditions**. In: American Journal of Sociology, v. 65, nº 5, 1969.

LEWIN, Kurt. **Frontiers in group dynamics II**. In: Human Relations, v. 1, nº 2, 1947.

LIMA, Marli. **Intervenção foi um fato político, diz Vieira**. In: Jornal Valor Econômico, edição de 5 de março de 2007.

LUND, Frederick Hansen. **Psychology. An empirical study of behaviour**. Nova York: Ronald Press, 1933.

MANIN, Bernard. **As metamorfoses do governo representativo**. In: Revista Brasileira de Ciências Sociais, n.º 29, 1995.

MCCOMBS, Maxwell; SHAW, Donald. **The agenda-setting function of mass media**. Nova York: Public Opinion Quarterly, vol. 36, n.º 2, 1972.

MIGUEL, Luis Felipe. **Mídia e política**. Revista de Sociologia e Política, n.º. 22. Curitiba: UFPR, 2004.

PATTERSON, Thomas. **The news media: An effective political actor?**. In: Political Communication, v. 14, 1997.

PENDIUK, Fábio. **Mídia e eleições: a cobertura da mídia impressa nas eleições municipais de Curitiba em 2004**. Monografia apresentada ao curso de especialização em Sociologia Política da Universidade Federal do Paraná, 2005.

PORTO, Mauro P. Enquadramentos da mídia e política. In: RUBIM, Antônio A. C. (org.) **Comunicação e política – conceitos e abordagens**. São Paulo/ Salvador: Unesp/ Edufba, 2004.

PORTO, Mauro P. **A mídia brasileira e a eleição presidencial de 2000 nos EUA: a cobertura do jornal Folha de S. Paulo**. Versão reduzida do trabalho Framing the 2000 U.S. presidential election: The coverage by the Brazilian media, apresentado à 51a. Conferência Anual da International Communication Association (ICA), Washington D.C., em maio de 2001.

ROBINSON, Gertrude J. **News agencies and world news**. Fribourg: University Press, 1981.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. **Comunicação e Política**. São Paulo: Hacker Editores, 2000.

SOUZA, Nelson Rosario de; CERVI, Emerson Urizzi. **Imprensa e eleições municipais de Curitiba em 2000 e 2004: As coberturas da Folha do Paraná e da Gazeta do Povo**. Temas & matizes, Cascavel, v. 06, p. 34-44, 2004.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo v. II**. Florianópolis: Insular, 2005.

TUCHMAN, Gaye. **Telling stories**. In: Journal of Communication, v. 26, n.º 4, 1976.

WHITE, David Manning. **The ‘Gatekeeper’: A case study in the selection of news**. In: Journalism Quarterly, v. 27, n.º 4, 1950.

WOLF, Mauro. **Teorias das Comunicações de Massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.